VOGUE

MÉXICO

$101

JULIO 2026

¡COLOMBIA CREATIVA! ARTE, MODA Y CULTURA

LA ERA DE EIZA

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

CHANEL

COLLECTION MÉTIERS D'ART 2026

Revistas.PeruRadio.net.pe

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906

Artz Pedregal
+52 555-929-3207
vancleefarpels.com

Revistas.PeruRadio.net.pe

Perlée
Pulseras

Revistas.PeruRadio.net.pe

LUJO QUE TRANSFORMA CADA TRAYECTO EN EXPERIENCIA

LINCOLN NAUTILUS FUE DISEÑADA EN CALIFORNIA. AHORA CON DOS VERSIONES DISPONIBLES, GASOLINA Y LA AVANZADA HEV QUE COMBINA LA POTENCIA DEL MOTOR DE GASOLINA CON UNO ELÉCTRICO PARA ALCANZAR LOS 310 HP OFRECE UN NUEVO NIVEL DE POTENCIA.

HA SIDO RECONOCIDA COMO SUV DEL AÑO EN 2025 POR MOTORTREND GROUP Y SE HA CONVERTIDO EN LA MATERIALIZACIÓN DE LA NUEVA ERA LINCOLN.

ASIENTOS DE POSICIÓN PERFECTA ASIENTOS DELANTEROS CON AJUSTE DE 24 POSICIONES, TECNOLOGÍA DE MASAJE ACTIVE MOTION® Y SOPORTE LUMBAR ELÉCTRICO. ERGONOMÍA ELEVADA AL ARTE DEL CONFORT ABSOLUTO.

LINCOLN REJUVENATE UNA EXPERIENCIA MULTISENSORIAL QUE ARMONIZA ILUMINACIÓN, MASAJE EN ASIENTOS, AROMATERAPIA Y FRECUENCIAS DE SONIDO DISEÑADAS PARA RENOVAR CUERPO Y MENTE. TECNOLOGÍA ÚNICA QUE SE TRANSFORMA EN BIENESTAR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

25 años

Comprometidos
con la Salud de México

La tecnología y la calidez humana se encuentran en **Santa Fe.**

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

JULIO

EN PORTADA:
Eiza González luciendo chamarra de WILLY CHAVARRIA*; falda de* TELFAR*; joyería de* DAVID YURMAN. *En este reportaje: peinado, Evanie Frausto; maquillaje, Mia Jones; manicura, Megumi Yamamoto; asistentes de foto, Brandon Abreu, MJ Noroña y Jordan Martinez; asistentes de moda, Emma Sacco, Jake Held y Kimi Ehsan; digitalización, Justin Mulroy; producción, Billy Kiessling y Malcolm Khaldi/Modem Creative; coordinador de producción, Dino Kuznik; director de entretenimiento, Sergio Kletnoy; talento, Eiza González.*
Fotógrafo: Diego Bendezu.
Realización: Dena Giannini.

Revistas.PeruRadio.net.pe

TUDOR

TUDOR MONARCH

¿Qué es lo que nos hace grandes? ¿Enfrentarse a lo desconocido, aventurarse por lugares inexplorados y arriesgarlo todo? Este es el espíritu del que nació TUDOR y que vive en cada uno de sus relojes, como el TUDOR Monarch: un reloj con una caja de 39 mm facetada de acero inoxidable y una esfera en tono papiro, que encapsula un siglo de inspiración y combina la tecnología más avanzada con la certificación Master Chronometer del METAS. Un reloj hecho para usted. Algunos prefieren seguir lo establecido. Otros se arriesgan.

BORN TO DARE

Revistas.PeruRadio.net.pe

CONTENIDO

12
DIRECTORIO

16
CARTA DE LA DIRECTORA

20
EL ARTE DE SER CREADOR
Objetos y complementos que toman su forma a partir de las tradiciones.

28
BRILLO IMPERIAL
La alta joyería encuentra su fuerza en el gesto preciso. El lujo se revela como equilibrio, detalle y presencia.

38
LA MALETA Y NOS VAMOS
La aventura del verano se completa con accesorios y complementos atrevidos.

48
AL RITMO DE SILVANA
Una era en la que nos presenta una nueva versión de ella y su música.

62
REFLEXIONES A COLOR
La imperdible exhibición que explora el ícono que representa Frida Kahlo.

64
FÓRMULA ÚNICA
Tu kit de maquillaje posee fórmulas que revelan tu personalidad.

70
LA ANATOMÍA DE LA INFORMACIÓN
La nueva revolución del bienestar está en la capacidad de interpretar los millones de datos que generamos.

78
DONDE HABITA LA MEMORIA
El valor cultural del Pacífico colombiano se mantiene vivo a través de la artesanía.

84
HISTORIAS DE CUENTO
Un sueño, un pastel y una historia de amor que se sostiene en el tiempo.

88
DE AQUÍ SOMOS
Colombia es una fuerza con motor propio, impulsado por sus creativos y las tradiciones que los rodean.

100
OTRA FRONTERA
Eiza González tiene algo claro: el objetivo de abrir camino a nuevas generaciones.

112
DES-VISTIENDO A BOTERO
Fernando Botero construyó un universo en el que las telas y el color ayudaron a definir sus personajes.

116
ELEMENTO HUMANO
En este duelo por la creatividad, nace la pregunta inevitable: ¿Quiénes somos frente a la IA?

120
VIAJE AL LAGO
La moda vacacional combina muchas cosas: la alegría de algo especial, el placer de verano y el anhelo de ligereza.

AVENTURA CON ESTILO
Arriba: sudadera y bolsa, ambas de LOUIS VUITTON*; chamarra de* H&M*; short de* SKIMS*; brazaletes y anillo, todo de* CARTIER.

GUSTAVO GARCÍA-VILLA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE MÉXICO

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
KARLA MARTINEZ DE SALAS

EXECUTIVE DIGITAL EDITOR ATENEA MORALES

FASHION
FASHION DIRECTOR VALENTINA COLLADO
ASSOCIATE FASHION EDITOR MARÍA JOSÉ GONZÁLVEZ
FASHION WRITER LUZ GARCÍA

BEAUTY AND LIFESTYLE
BEAUTY & LIFESTYLE EDITOR KARINA GONZÁLEZ
BEAUTY & LIFESTYLE WRITER MARÍA VILLARREAL
FILM & CULTURE WRITER FERNANDA PÉREZ
WRITER MARÍA DIEZ

CREATIVE
HEAD OF DESIGN KARLA ACOSTA
DESIGNER VALERIA AYUSO

CONTENT OPERATIONS
CREATIVE DIRECTOR PRISCILA CASAÑAS
ART PRODUCTION ASSOCIATE CAROL RODRÍGUEZ
SOCIAL MEDIA MANAGER JOAN ESCUTIA
ADAPTATION EDITORS RAMÓN BARRETO, CAMILA COLINA
PRODUCTION & DISTRIBUTION MANAGER IVÁN CHAPARRO

COMMERCIAL
CATEGORY LEAD OF LUXURY, BEAUTY AND FASHION ÉRIKA FONSECA
CATEGORY LEAD OF TECH, AUTO, HEALTH, VICE AND TRAVEL FRANCISCO VARGAS

CONTRIBUTORS
EUROPA: EUGENIA GONZÁLEZ Y PATRICIA REYNOSO
ANITA CALERO, CATHARINA PAVISCHITZ, DENA GIANNINI, DIEGO BENDEZU, EMMANUEL MONSALVE, ENRIQUE LEYVA, FELICITY INGRAM, GUSTAVO GARCÍA-VILLA, IVAN DARIO RAMÍREZ, JEANIE ANNAN-LEWIN, JOSÉ FORTEZA, LINA ZANGERS, MARLENE ZEPEDA, MAXIME POIBLANC, PAULINA RINCÓN, POMPI GARCÍA, YANG YI

EVENTS / EXPERIENCES
MARKETING REVENUE VICE PRESIDENT JUAN PABLO GALLÓN

MANAGING DIRECTOR JAVIER ESTEBAN
FINANCE DIRECTOR LUIS BALBUENA
PEOPLE DIRECTOR, PEOPLE SERVICES ALAN GAMBOA
COMMUNICATIONS DIRECTOR ENRIQUE SÁNCHEZ ARMAS
SENIOR COUNSEL KARLA LEÓN

VOGUE GLOBAL
ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAUL MARTINEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN KAZUMI ASAMURA HAYASHI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, SPAIN INÉS LORENZO
EDITOR IN CHIEF, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER BOWLES
VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA
GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY
GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH
GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES
GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS
GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM
GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY
GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE
GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM
VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI
GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN
GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTOR SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD
DIRECTOR OF CONTENT PLANNING MILLY TRITTON
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

AÑO 27, NÚMERO 315, JULIO 2026
© VOGUE MÉXICO MARCA REGISTRADA, PRIMERA PUBLICACIÓN: OCTUBRE DE 1999, REVISTA DE PUBLICACIÓN MENSUAL, EDITADA Y PUBLICADA POR CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V. PASEO DE LAS PALMAS 781, PISO 8. COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC DEL. MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000, TELÉFONO 50623710, POR CONTRATO Y BAJO LICENCIA DE ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR RESPONSABLE KARLA MARTINEZ DE SALAS (KARLA.MARTINEZ@CONDENAST.COM.MX). CON NÚMERO DE RESERVA DE DERECHOS AL USO EXCLUSIVO EMITIDO POR EL INDAUTOR 04-2001-011217454300-102, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO 11572, NÚMERO DE CERTIFICADO DE LICITUD DE CONTENIDO 8132, NÚMERO ISSN 2448-6353. LA EDITORIAL CONDÉ NAST NO SE HACE RESPONSABLE DE LOS CONTENIDOS DE LA PUBLICIDAD REVELADA POR SUS ANUNCIANTES, DADO EL CASO INVESTIGARÁ LA SERIEDAD DE LOS MISMOS. LAS OPINIONES EXPRESADAS POR LOS AUTORES NO REPRESENTAN NECESARIAMENTE LA POSTURA DEL EDITOR Y LA EDITORIAL. PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL. IMPRESO POR CONSORCIO GRÁFICO AJUSCO S.A. DE C.V. (MÉXICO), JOSÉ MARÍA Y SÁNCHEZ 223, COLONIA TRÁNSITO, C.P. 03820, CIUDAD DE MÉXICO.

© VOGUE MÉXICO YEAR 27, NUMBER 315, JULY 2026, FIRST PUBLICATION, OCTOBER 1999, IT IS A MONTHLY PUBLICATION, EDITED AND PUBLISHED BY CONDÉ NAST DE MEXICO S.A. DE C.V. PASEO DE LAS PALMAS 781, PISO 8, COL. LOMAS DE CHAPULTEPEC III, DELEGACIÓN MIGUEL HIDALGO DISTRITO FEDERAL MÉXICO 11000, (52) (55) 50623710, BY AGREEMENT AND UNDER LICENSE OF ADVANCE MAGAZINE PUBLISHERS INC. EDITOR-IN-CHIEF KARLA MARTINEZ DE SALAS (KARLA.MARTINEZ@CONDENAST.COM.MX). RESERVATION OF RIGHTS NUMBER FOR THE EXCLUSIVE USE, GRANTED BY INDAUTOR (MEXICO) 04-2001-011217454300-102, NUMBER OF CERTIFICATE OF LAWFULNESS OF TITLE 11572, CONTENT LEGALITY CERTIFICATE NUMBER 8132, ISSN NUMBER 2448-6353. CONDÉ NAST IS NOT RESPONSIBLE OF THE PUBLICITY CONTENTS REVEALED BY ITS ADVERTISERS, SINCE THE CASE, CONDÉ NAST, WILL INVESTIGATE THE SERIOUSNESS OF THE ADVERTISERS. THE VIEWS EXPRESSED BY THE AUTHORS AND THE ADVERTISERS DO NOT NECESSARILY REPRESENT THE POSITION OF EDITOR AND PUBLISHER. PARTIAL OR TOTAL REPRODUCTION IS FORBIDDEN. PRINTED BY CONSORCIO GRÁFICO AJUSCO S.A. DE C.V. (MÉXICO), JOSÉ MARÍA Y SÁNCHEZ 223, COL. TRÁNSITO, C.P. 03820, MEXICO CITY.

PRINTMOTIVA
RUMAT CERTIFIER
CERTIFICADO 2026

Revistas.PeruRadio.net.pe

BIOCERAMIC

SCUBA *Fifty Fathoms*

COLLECTION

ANTARTIC OCEAN

JB 1735

BLANCPAIN

MANUFACTURE DE HAUTE HORLOGERIE

x

swatch

Only available at selected Swatch stores

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE MÉXICO

CUNA BRASILEÑA
LA CUNA DEL PAN DE QUESO ES MINAS GERAIS, PERO SU FUROR SE EXTIENDE POR TODO EL TERRITORIO BRASILEÑO... Y EL MUNDO.
MÉXICO
CONDÉ NAST DE MÉXICO S.A. DE C.V.
Publisher Vogue
ÉRIKA FONSECA
Av. Paseo de las Palmas No. 781, piso 8, Lomas de Chapultepec III Secc, CP 11000, Ciudad de México.
Tel. (52-55) 50-62-37-10
Mail: erika.fonseca@condenast.com.mx
advertising@condenast.com.mx

MIAMI
CONDÉ NAST DE MÉXICO Y LATINOAMÉRICA
Client Partner Sr.
LUCÍA SOTRES
800 South Douglas Road, Suite 835, Coral Gables, Florida 33134. USA.
Tel. (305) 371 9393
Mail: lucia.sotres@condenastamericas.com

ARGENTINA
Key Account Director
FRANCISCO VARGAS
Tel. (305) 371 9393
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Brihet e Hijos S.A. Agustín Magaldi 1448, Buenos Aires, Argentina.
Tel. (541) 143 013 601
Interior del país: DGP
Alvarado 2118,
Buenos Aires, Argentina.
Tel. (541) 143 019 970

CHILE
Key Account Director
FRANCISCO VARGAS
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Distribuidora Editorial Infinito SpA
Alonso de Córdova 5870 OF 413 PS 4 Comuna las Condes
Tel. (56) 232 424 673

COLOMBIA
Client Partner Mexico & Latin America
CAMILA GUTIÉRREZ
Mail: ines.lince@condenastamericas.com
Distribución de revistas
Comunican S.A.
Calle 103, 69B-43
Bogotá, Colombia.
Tel. (571) 423 2300

PANAMÁ / CENTROAMÉRICA
Representante Comercial
PILAR SÁINZ
comercial.panama@condenastamericas.com
Tel. (507) 65376310
Distribución de revistas en Panamá Distribuidora Lewis S.A. de C.V.
Calle 2, Parque Industrial, Costa del Este, Panamá.
Tel. (507) 200 1888

PERÚ
Director Comercial
FRANCISCO VARGAS
Mail: francisco.vargas@condenast.com.mx
Distribución de revistas
Tu Colección Perú E.I.R.L.Calle Villalba #114, Arequipa Perú.
Tel. (51) 997 625 610

PUERTO RICO
Distribución de revistas
Distribuidora de Publicaciones Aponte Inc. Carretera 797 km 1.0,
Barrio Jagueyes Abajo Bldg. 1, Aguas Buenas, PR.
Tel. (787) 602 3413

GUATEMALA
Distribución de revistas
Círculo de Inversiones S.A. 15 Ave. final colonia Oakland, Zona 10,
Ciudad de Guatemala.
Tel. (502) 5632 0985

REPÚBLICA DOMINICANA
Distribución de revistas
MC Marketing de Publicaciones Srl. Calle Venus esq. Luna 20, Ubr.
Sol de Luz, Villa Mella, Santo Domingo Norte,
Rep. Dominicana. Tel. (809) 332 9214

COSTA RICA
Distribución de revistas Ciamesa S.A.
Coyol Alajuela, Parque Empresarial NovaPark,
San José, Costa Rica.
Tel. (506) 2436 7000

SUSCRIPCIONES
MÉXICO
CONDÉ NAST DE MÉXICO, S.A DE C.V
suscripciones@condenast.com.mx

PUBLISHED BY CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH

CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE

CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY

CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR

CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN

CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN

CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG

CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS

CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

WORLDWIDE EDITIONS

FRANCE: AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE

GERMANY: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE

INDIA: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE

ITALY: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED

JAPAN: GQ, VOGUE, WIRED

MEXICO AND LATIN AMERICA: AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED

MIDDLE EAST: AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE, WIRED

SPAIN: AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE

TAIWAN: GQ, VOGUE

UNITED KINGDOM: CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED

UNITED STATES: AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIOUS, GLAMOUR, GQ, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED

PUBLISHED UNDER JOINT VENTURE

BRAZIL: GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLISHED UNDER LICENSE OR COPYRIGHT COOPERATION

ADRIA: VOGUE

AUSTRALIA: GQ, VOGUE

BULGARIA: GLAMOUR

CHINA: AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VOGUE

CZECH REPUBLIC AND SLOVAKIA: VOGUE, WIRED

GREECE: VOGUE, WIRED

HONG KONG: GQ,VOGUE

HUNGARY: GLAMOUR

KOREA: ALLURE, GQ, VOGUE

MIDDLE EAST: WIRED

PHILIPPINES: ALLURE, VOGUE

POLAND: AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE

PORTUGAL: GQ, VOGUE

SCANDINAVIA: VOGUE

SINGAPORE: VOGUE

SOUTH AFRICA: GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN

THAILAND: GQ, VOGUE

THE NETHERLANDS: VOGUE

TURKEY: GQ, VOGUE, WIRED

UKRAINE: VOGUE

Revistas.PeruRadio.net.pe

DESCRIPCIÓN Aceite 100 % natural probado clínicamente para cicatrices y estrías. INDICACIONES Cicatrices: Ayuda a mejorar la apariencia de las cicatrices, tanto de las nuevas como las antiguas. Estrías: Ayuda a mejorar el aspecto de las estrías. También ayuda a mejorar la elasticidad de la piel, reduciendo así la posibilidad de que se formen estrías. Manchas en la piel: Bio-Oil® ayuda a mejorar la apariencia de las manchas en la piel. Envejecimiento de la piel: Ayuda a mejorar el aspecto de la piel envejecida del rostro y del cuerpo. Piel deshidratada: Ayuda a reducir la pérdida de hidratación y a mejorar el aspecto de la piel deshidratada. PRESENTACIÓN Aceite de color amarillo claro. FÓRMULA Mezcla de aceites naturales. INGREDIENTES Glycine Soja Oil, Helianthus Annuus Seed Oil, Carthamus Tinctorius Seed Oil, Simmondsia Chinensis Seed Oil, Salvia Hispanica Seed Oil, Punica Granatum Seed Oil, Plukenetia Volubilis Seed Oil, Triticum Vulgare Germ Oil, Rosa Canina Fruit Oil, Calendula Officinalis Extract, Lavandula Angustifolia Oil, Rosmarinus Officinalis Leaf Oil, Anthemis Nobilis Flower Oil, Pogostemon Cablin Leaf Oil, Bisabolol, Tocopherol. CERTIFICACIÓN NATURAL El Aceite para el Cuidado de la Piel (Natural) Bio-Oil® tiene la certificación ISO 16128 garantizando estar elaborado con contenido 100 % natural y de origen 100 % natural. ENSAYO CLÍNICO DE CICATRICES Centro de ensayos: Instituto proDERM para la investigación dermatológica aplicada, Hamburgo, Alemania. Objetivo: Evaluar la eficacia del Aceite para el Cuidado de la Piel (Natural) Bio-Oil® para mejorar la apariencia de las cicatrices. Prueba: Participantes: 40 mujeres con diversos tipos de piel según la escala de tipo piel de Fitzpatrick. Edad de las cicatrices: De recién formadas hasta 3 años. Ubicaciones de cic rasguños, cortes o cicatrices quirúrgicas importantes. Edad de las participantes: 18–65 años. Met es aleatoria, estudio abierto. La inclusión de las participantes fue realizada por un d de cicatrices. El producto se aplicó dos veces al día durante 8 semanas ma z asignada y la piel circundante. La aplicación fue llevada a cabo baj r el efecto del producto en la piel, evaluado mediante POSAS al ini s al final del estudio incluyeron la evaluación de imágenes del resu cipantes, y la diferencia del color de la piel de las cicatrices con re ura el Cuidado de la Piel (Natural) Bio-Oil® es eficaz para mejorar la ficativa en POSAS (considerando tanto las evaluaciones objetivas e en el 94 % de las participantes. Después de 8 semanas el 100 % le de lo que habían mejorado en 2 semanas. Una mejora continu ICO SOBRE ESTRÍAS Centro de ensayos: Instituto proDERM pa o: Evaluar la eficacia del Aceite para el Cuidado de la Piel (Natu s: 36 mujeres con diversos tipos de piel según la escala de tipo pi peso o estirón de adolescencia). Ubicaciones de las estrías: abd . Metodología: Evaluador ciego, evaluación de imágenes aleato médico según la puntuación de Mallol. El producto se aplicó d ntos circulares sobre las estrías asignadas y la piel circundante. El objetivo principal fue evaluar el efecto del producto en la piel inicio del estudio y a las 2, 4 y 8 semanas. Otro parámetro inve ultado estético por parte de 6 evaluadores capacitados y las Natural) Bio-Oil® es eficaz para mejorar la apariencia de las est derando tanto las evaluaciones objetivas como subjetivas de C e las participantes. Después de 8 semanas, el 97 % de las pa ora 5 veces mayor que a las 2 semanas. Una mejora continua CO SOBRE LAS MANCHAS EN LA PIEL Centro de ensayos: Th Objetivo: Evaluar la eficacia del Aceite para el Cuidado de la Pi y pigmentación moteada, al ser usado por mujeres con fotoda Participantes: 64 mujeres con diversos tipos de piel, según la io a moderado en cara y cuello. El grupo de tratamiento con el l grupo de control 32 mujeres. Edad de las participantes: 30– luador ciego. Las participantes formaron parte de una evaluaci o se aplicó en cara y cuello dos veces al día por 16 semanas. s clínicas se realizaron en las semanas 0, 2, 4 y 16. Las parti nchas en la piel y pigmentación moteada. También se tomaron na clasificación fotográfica una vez finalizado el estudio. Result ejorar la apariencia de manchas en la piel y pigmentación mote un resultado estadísticamente significativo para ambos parám ués de 16 semanas, el 61 % de las participantes mostró una m % en la pigmentación moteada. ENSAYO CLÍNICO SOBRE EL sociados, Inc., Texas, Estados Unidos de América. Estudio 1: a Piel (Natural) Bio-Oil® cuando es usado en mujeres con piel res con diversos tipos de piel, según la escala de tipo piel de cuello. El grupo de tratamiento con el Aceite para el Cuidado res. Edad de las participantes: 30–70 años. Metodología: Est pantes formaron parte de una evaluación de selección segui cuello dos veces al día por 16 semanas. La aplicación se rea n en las semanas 0, 2, 4 y 16. Las participantes se evaluaron de eficacia: apariencia general, líneas de expresión, arrugas g uación global de la apariencia. También se tomaron imágene sificación fotográfica una vez finalizado el estudio. Las imág líneas finas, arrugas gruesas, pigmentación moteada, manch ado: El Aceite para el Cuidado de la Piel (Natural) Bio-Oil® es) de cara y cuello. Después de 16 semanas, el grupo de trata significativamente al grupo de control en todos los parámetro ente a partir de las 4 semanas, excepturando la pigmentación o de tratamiento con el Aceite para el Cuidado de la Piel (Na ariencia general de la cara y el cuello. Estudio 2: Cuerpo. Obj Oil® al ser usado en la piel del escote, pierna inferior y piel de ujeres con diversos tipos de ...

Revistas.PeruRadio.net.pe

Historias de resiliencia

Entre la herencia de los recuerdos y el poder de saltar cada obstáculo, la memoria se alza como aquello que nos define y nos lleva hacia adelante.

La primera vez que comí chilaquiles en Nueva York fue en Café Habana, técnicamente un restaurante cubano-latinoamericano, pero con el sabor mexicano lo bastante parecido como para que le pareciera a mi paladar un pequeño milagro. Esto ocurrió cuando recién me había mudado a Murray Hill, a principios de los años 2000, para trabajar en *Mademoiselle,* cuando el panorama de la alta comida mexicana que vemos hoy, aún no se gestaba en la ciudad. En ese momento existía Rosa Mexicano y Dos Caminos, que tenían comida deliciosa; siempre que podía, iba a comer totopos con guacamole y, tal vez tomar un trago. Con el tiempo, llegó La Esquina, aquel local clandestino del centro con el instinto adecuado, abierto por dos estadounidenses que supieron ver el atractivo antes que la propia ciudad. En realidad, el concepto de alta cocina mexicana no se percibía como tal, hasta que Enrique Olvera inauguró Cosme, en 2014. Pero los tacos que de verdad saben a sazón 100% mexicano, tardaron un poco más en llegar a mí.

No digo esto para escribir una reseña gastronómica, sino porque la comida es siempre el testimonio más auténtico de la llegada de una comunidad, por ahí empiezan las conexiones, por el estómago, ¿no crees? Y la comunidad mexicana en Nueva York ha llegado: plena y maravillosamente, y bajo sus propios términos. Desde 2001, la población mexicana en esta ciudad se ha duplicado. Se percibe en Jackson Heights, en el barrio que los mexicanos han hecho tan suyo que ha recibido el apodo de -Puebla York-. Y se aprecia en Sunset Park, Brooklyn, donde desde tiendas de botas hechas a la medida conexisten con mercados repletos de ingredientes que uno encontraría

DIEGO BENDEZU.

REINVENCIÓN TOTAL
En Eiza: total look de CHLOÉ. *Fotografía tomada con Ray-Ban Meta.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

FIO

MINIMALISTA AL MÁXIMO

CITIZEN

Eco-Drive | ALIMENTADO POR CUALQUIER TIPO DE LUZ

50 ECO-DRIVE INNOVATION

Revistas.PeruRadio.net.pe

CARTA EDITORIAL

en su tierra, y donde una nueva generación de emprendedores, restauradores, diseñadores e importadores mexicanos ha construido algo que no necesita el permiso ni la aprobación de nadie.

Este sitio fue el escenario de nuestra portada de julio con Eiza González. Eiza no es ajena a *Vogue México y Latinoamérica*: más de una vez hemos contado sus historias a través de nuestras plataformas, pero para este reportaje buscaba algo diferente. Con tres proyectos que se estrenan este verano —*In the Grey* con Henry Cavill, *I Love Boosters* con Keke Palmer e *Iron Jane*—, no queríamos un estudio, sino algo auténtico. Por eso, nuestro fotógrafo Diego Bendezu, quien conoce a fondo Sunset Park, nos llevó allí. Lo que encontramos fue extraordinario: un elenco de personajes que incluía a importadores de botas cuya mercancía llevaba con orgullo el sello "Hecho en México", y a una madre y su hija que diseñan bicicletas a medida. Diego capturó algunas imágenes utilizando gafas inteligentes de Meta, una tecnología que, mucho más allá de ayudar a ver, permite grabar vídeos, tomar fotografías y realizar llamadas en un dispositivo que se lleva puesto. Nos pareció lo más adecuado para una historia sobre una mujer que siempre se ha movido con fluidez entre distintos mundos, y sobre una comunidad que está haciendo lo mismo.

MAGIA COTIDIANA
Desde la izda., arriba: Silvana Estrada llevando camisa y pantalón, de POMPI GARCÍA*; detalle de Sunset Park, en Brooklyn; Karla Martinez junto a Eiza González.*

Eiza fue criada por una madre soltera que trabajó incansablemente para darle a su hija la libertad de seguir su pasión: representar a México en Hollywood. Y eso es lo que ha logrado, una y otra vez, sin pedir disculpas. Creo que hay algo profundamente mexicano en ello: la fortaleza, la ética de trabajo y la lealtad a los propios orígenes, incluso cuando se ha llegado muy lejos. También le encanta la moda y sabe cómo demostrar sus raíces a través de ella. Es algo que reconozco por mi propia experiencia al crecer en El Paso, y algo que vi reflejado en todas las personas que conocimos aquel día en Sunset Park.

Esta edición también explora otro tipo de transformación que está ocurriendo en la belleza, la moda y los medios de comunicación, impulsada por la inteligencia artificial. Presentamos artículos que analizan con honestidad qué está cambiando la IA y qué no. Los leí y luego salí a caminar sin el teléfono. Creo que ese impulso —el de aferrarnos a las cosas que aún podemos hacer por nosotros mismos— se volverá cada vez más valioso. Leer un libro o un artículo, preparar una comida o vestirse con verdadera intención no son cosas triviales. En un mundo que avanza a toda velocidad, tal vez sean los lujos más radicales de los que disponemos.

Esta edición de julio celebra todo ello: la comunidad que se construye en silencio y con enorme orgullo, la mujer que lleva consigo su país al cruzar el océano y la alegría de estar presentes de manera plena y constante.

ENRIQUE LEYVA; KARLA MARTINEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

HOLA HOUSTON

Donde empiezan
tus mejores recuerdos.

Thompson Houston, by Hyatt

HolaHouston.com

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL ARTE DE SER CREADOR

Estos objetos y complementos toman su forma a partir de las tradiciones y visten los legados de una cultura entera. Con la fotografía de ANITA CALERO.

LA BELLEZA DEL OBJETO artesanal reside en parte, en todas las capas de lecturas que su materialidad sugiere: la particularidad de su forma, la materia prima utilizada, su carga cultural, el hecho de que su producción sea individual e irrepetible.

¿Qué música escuchaba la maestra artesana de cerámica Rosana Ocaña de *La maceta de la vida* mientras sus manos creaban los símbolos individuales que unió en esta escultura caleña? ¿Cuántos años llevan las comunidades del Valle del Cauca tejiendo los werregues diferentes, que como huellas dactilares hablan de cada artesana? ¿No es hermoso el detenimiento mental de la diseñadora Myriam Márquez quien recoge objetos esculpidos por el tiempo y el mar para convertirlos en objetos utilitarios? Estos objetos son metáforas del pensamiento local.

Cada historia individual nos lleva al origen y a las historias humanas detrás de los equipos de trabajo: Alejandro Tapias de Alta Estudio desde Bogotá, observa con lupa las texturas de los bichos de su región, mientras propone replicar sus patrones con chaquiras y hacer con esto un frutero. La técnica de pegado con cera de abejas de chaquiras sobre madera hace parte del Valle del Sibundoy en Nariño, quienes desde hace décadas la utilizan para ponerle color a las máscaras sagradas de la cultura Kamentsa e Inga. Estas máscaras gestuales expresan emociones cotidianas, resistencia pacífica de burla hacia los colonizadores y símbolos sagrados como la fertilidad, el sol, la naturaleza. Este lugar donde se conservan dos lenguas vivas, es solo uno de los muchos rincones del país donde la cultura se mantiene, evoluciona y dialoga con el tiempo presente. Colombia tiene más de 64 lenguas vivas, en 32 departamentos megadiversos en geografía, paisaje, cultura, historias y manos que realizan técnicas manuales que los diseñadores locales se deleitan en descubrir. Los tesoros ocultos de cada cultura, surgen como insumo creativo para quienes lo buscan.

Es interesante observar el diálogo que se genera entre el pensamiento de la urbe y el del territorio. Esa conversación creativa de tiempos mentales opuestos genera maravillosos objetos contemporáneos, que puestos en cualquier lugar del mundo, hablan colombiano. Algunos conversan en lenguas originarias manuales y traen vientos tropicales, mareas de tiempos detenidos, entornos selváticos, pensamientos rurales a su vez con estéticas globales, ideas de alta montaña, sentimientos de ciudades tropicales con mar y río. No hay que olvidar que la palabra originalidad viene de origen.

Que las ideas de los diseñadores y artesanos sigan potenciando el imaginario del país, que la colaboración sea la norma en este mundo que tanto lo necesita. Que estas historias siempre se completen con el ojo de un observador que se detenga y que ojalá, este vea toda la belleza contenida en todos estos objetos, como muy bien la fotógrafa Anita Calero sabe hacer. —Danielle Lafaurie

Revistas.PeruRadio.net.pe

ENTRELAZANDO HISTORIAS
Bolsas de GUANABANA*; sombreros nasa y chumbe simbología, por José Jimmy Muñoz y María Lucila Peña; bolsa de paja tetera con piel, por Herminia Dura y Gabriel Girón, en* LITORAL*; brazalete de* GALERIA CANO*; hormiga de* THE DADA PROJECT.

Revistas.PeruRadio.net.pe

MOLDEANDO ESCULTURAS Maceta de la vida grande y plato con tronco de guayabo, ambos por Rosana Ocaña; brazalete werregue, por Carmencita Cárdenas, todo en LITORAL*; funda para computadora guajira, de* GUANABANA*; canasta de ramita tejida, de* TALLER VIVO*, en* CASA CICUTA*; collar de* GALERIA CANO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EN CASCADA
Textil por Nicolás Rivero; candelabro de madera, por Myriam Márquez; collar de frijoles, de FRIJOLATORIO*; canasta werregue, de* TALLER VIVO, *todo en* CASA CICUTA*; frutero por Alejandro Tapias; vaso de* THE DADA PROJECT*; prendedor de garza, por* DANIELLE LAFAURIE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ENTRE FORMAS
Plato con oro, por Rosana Ocaña; oso hormiguero de madera, por Angelino García, ambos en LITORAL*; plato de werregue con mapa de Colombia, por* DANIELLE LAFAURIE*; piedra por María Cano Salvaje, en* CASA CICUTA*; vaso de* THE DADA PROJECT.

Revistas.PeruRadio.net.pe

COMPOSICIÓN IMPOLUTA
Sombrero por Daira Tomasa; collar de madera y plata, por Cenida Piza y Miguel García, ambos en LITORAL*; ruana de* TALLER VIVO*; collar por Andrés Caro, ambos en* CASA CICUTA*; bolsa de* GUANABANA*; prendedor de sapo, de* GALERÍA CANO*; jarrón de arcilla y werregue, por Rosana Ocaña y Carmencita Cárdenas.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

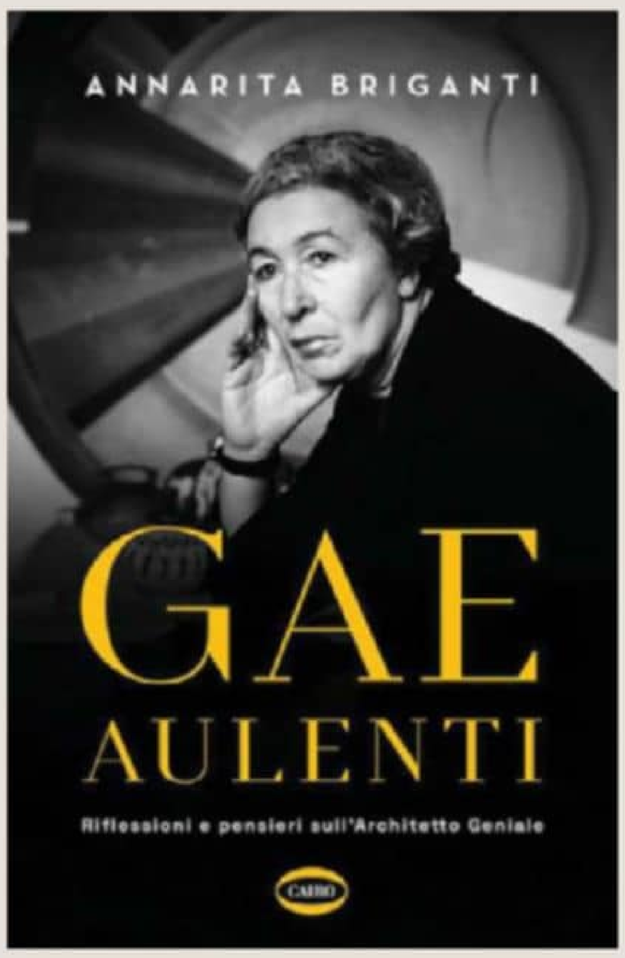
OCHO HORAS

Cofundadora de Eight Sleep, la firma de tecnología aplicada al descanso, Alexandra Zatarain habita un universo donde el diseño y la tecnología van de la mano; una mirada que se traduce naturalmente en los objetos, rituales y memorias que la acompañan.

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DE MEMORIAS Y BUEN GUSTO
De izda. a dcha., desde la izda.: ¿pieza de mobiliario? Credenza Bramante de Cassina, diseñada por Kazuhide Takahama; el Acqua di Parma Fico di Amalfi *lo asocia a sus veranos en Italia; para ella no hay mejor pieza* vintage *que un buen saco sastre.*



Para Alexandra Zatarain, el gusto no se define por la acumulación, sino por la precisión con la que cada objeto encuentra su lugar en la vida diaria. Su universo se mueve entre la disciplina y la intuición, entre aquello que funciona y aquello que permanece. Hay en sus elecciones una forma de lujo silencioso: dormir bien, leer biografías, imaginar el futuro y rodearse de piezas con historia. No se trata de objetos aislados, sino de piezas que revelan una relación con el tiempo: el que se descansa, el que se hereda, el que se recuerda y el que se imagina hacia adelante. Todo responde a una misma sensibilidad: la búsqueda de belleza en lo funcional. Una mirada que, como sucede con Eight Sleep, entiende el diseño como ornamento y una manera de mejorar la vida cotidiana y habitar el mundo. —Marlene Zepeda

LECTURAS Y HERENCIAS
Extrema izda.: Gae Aulenti, *por Annarita Briganti, una biografía que acompaña su interés por vidas guiadas por disciplina, curiosidad y pasión; abajo:* Tank *de* CARTIER, *reloj de su madre y una pieza que conserva historia y recuerdos compartidos.*

RITUAL DE ENSUEÑO
Derecha: el dormitorio como santuario con el Eight Sleep Pod, *parte de una rutina de descanso que Alexandra Zatarain entiende como la mayor forma de lujo cotidiano.*

D. R. (2).

Revistas.PeruRadio.net.pe

BRILLO IMPERIAL

La alta joyería encuentra su fuerza en el gesto preciso. Entre piezas de impacto, metales preciosos y piedras excepcionales, el lujo se revela como equilibrio, detalle y presencia sobre la piel.

CON LA FOTOGRAFÍA DE MAXIME POIBLANC.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ESTILO VOGUE

ORGÁNICO Pendientes alta joyería, de CARTIER. *En página opuesta: pendientes de la colección alta joyería* Blue Book Hidden Garden, *de* TIFFANY & CO.

CON LA FOTOGRAFÍA DE LINA ZANGERS
Y LA REALIZACIÓN DE YANG YI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LINA ZANGERS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

PUNTO DE BRILLO
Collar alta joyería, de TIFFANY & CO. *En página opuesta: collar alta joyería,* de BOUCHERON.

MAXIME POIBLANC.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ESCOTE DE LUZ
Collar de la colección alta joyería Blue Book Hidden Garden, *de* TIFFANY & CO. *En página opuesta: collar de la colección de alta joyería* En Équilibre, de CARTIER.

MAXIME POIBLANC.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LINA ZANGERS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LINA ZANGERS. EN ESTE REPORTAJE: ASISTENTE EN SET, JIAWEI LI; ASISTENTE DE ILUMINACIÓN, BASILE HAMELIN; PRODUCCIÓN EJECUTIVA, QUADRIGA MANAGEMENT; DIRECCIÓN ARTÍSTICA, AMMI STUDIO; ASISTENCIA CREATIVA, VOIA STUDIO; POSPRODUCCIÓN, SUMMER GUO; PRODUCCIÓN ARTÍSTICA, AMMI STUDIO; ASISTENCIA CREATIVA, VOIA STUDIO; POSPRODUCCIÓN, FUTURA POST STUDIO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

MAXIME POIBLANC. EN ESTE REPORTAJE: DISEÑO DE SET, LAURA WOOLF; ASISTENTES DE FOTO, JACOB POLCYN-EVANS Y CHLOE AMIX.

FORMAS NATURALES
Collar Envol *alta joyería, de* CHAUMET. *En página opuesta: broche de la colección alta joyería, de* TIFFANY & CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ENTRE LA REALIDAD Y ¿EL METAVERSO?

¿Es verdad que la tecnología está comiéndose al ser humano? ¿Y qué pasa con el buen gusto? ¿Quién lo impone ahora y dónde está el criterio humano?

FRANCOIS DURAND/GETTY IMAGES.

Revistas.PeruRadio.net.pe

La tecnología aplicada en la moda nos invita a maravillarnos, pero también a reflexionar: maravillarnos con las formas en las que se ha utilizado en la innovación de tejidos, con los intentos por mejorar la autenticidad de los productos por medio de los NFTs y, para bien o para mal, con cómo se ha usado para imaginar mundos en el metaverso; y reflexionar sobre cómo la inteligencia artificial está transformando las campañas de las marcas a los medios de comunicación y las formas masivas en las que esta información está circulando en redes sociales.

Acudí directamente a la fuente (ChatGPT) para preguntarle cómo se define a sí misma: "una tecnología que permite a las máquinas realizar tareas que normalmente requieren inteligencia humana, como aprender, reconocer imágenes, entender lenguaje, tomar decisiones o resolver problemas". Desde el plano creativo, significa que las máquinas se están entrenando para sustituir las narrativas literarias y visuales. Es decir, para suprimir el sistema de la moda que se crea desde la visión de los diseñadores, redactores, editores, modelos, fotógrafos, estilistas y demás profesiones encargados de contar historias. Personas que, además de informar, traducen el *zeitgeist* de una época y aportan distintas perspectivas a la cultura. Si delegamos estas tareas a las máquinas, ¿cómo puede existir progreso social solo con información recopilada y sesgada?

Frente a este panorama, en las últimas semanas no pude evitar caer en la creciente conversación en internet sobre las habilidades que van a diferenciar a los humanos de la inteligencia artificial (IA). El "juicio estético y la capacidad de criterio", afirman figuras clave en el universo de la tecnología, como Paul Graham y Greg Brockman. Dos ideas que han dado pie a mencionar al "buen gusto" como la competencia clave en el currículum vitae en estos tiempos tan inciertos.

La exploración de este concepto en el marco de la moda no es algo nuevo. En *Thinking Through Fashion: A Guide to Key Theorists*, la Doctora Agnès Rocamora ahonda en la obra del sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien "insiste en la importancia de abordar el tema del gusto desde la perspectiva de la clase social". Ese "buen gusto" al que recientemente se ha hecho referencia depende de nuestro contexto social, puesto que la percepción humana se construye a través de lo que vemos, escuchamos y saboreamos. En una palabra que lo resume, se construye desde lo que sentimos.

Quienes lo pueden comprobar son los diseñadores de moda que en la última temporada, crucero 2027, han inspirado sus colecciones en obras de arte o en conceptos, muchas veces abstractos, que incitan a la tensión, a cuestionar dicotomías y a extender la cultura más allá de lo obvio a simple vista. Nicolas Ghesquière para Louis Vuitton lo hizo al inspirarse en el artista plástico Keith Haring, quien llevó su arte a lugares públicos; Jonathan Anderson para Dior y su inspiración en el cine negro de Hollywood; además de Matthieu Blazy para Chanel retomando los días en los que Coco Chanel vivió una intensa historia junto a Arthur 'Boy' Capel, en el verano de 1915.

Estas colecciones no sucederían de no ser por la sensibilidad con la que traducen sus inspiraciones e ideas en tejidos, siluetas y colores. Como lo explican Agnès Rocamora y Anneke Smelik retomando a Bourdieu, "la creatividad es un proceso colectivo; que una colección de moda no se origina simplemente en la mente de un individuo aislado y alejado del mundo social, sino que es producto de diversas fuerzas sociales, económicas y culturales". El valor de los objetos no solo recae en un material físico, sino también en el simbolismo que les damos quienes observamos y reconocemos que las palabras no tendrían fuerza si no se apoyan en la coyuntura social. No dudo que la IA, como herramienta de apoyo, sea una fuerza que está revolucionando la forma en la que trabajamos. Pero hablando de la creación del imaginario de la moda, conviene no confiarle de más, porque la IA no tiene alma y no hay nada más humano que eso. —Luz García

Revistas.PeruRadio.net.pe

LA MALETA Y NOS VAMOS

Algunos *looks*, complementos, joyería y relojes para la aventura de verano. Con la fotografía de GUSTAVO GARCÍA-VILLA y la realización MARÍA JOSÉ GONZÁLVEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DE AQUÍ AL SOL
La modelo Karol Hernandez luciendo traje de baño, de CHANEL*; bolsa de* BIMBA Y LOLA*; joyería de* POMELLATO. *En página opuesta: bolsa de* FERRAGAMO*; sandalia de* BIMBA Y LOLA*; celular de* XIAOMI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

AVENTURA ACUÁTICA
Chamarra, top, short, briefs *y bolsa, todo de* MIU MIU*; reloj de* AUDEMARS PIGUET. *En página opuesta: camisa y bolsa, ambas de* PRADA*; reloj de* BREITLING.

Revistas.PeruRadio.net.pe

GUÍA DE VIAJE
Vestido, top, bolsa y charm, *todo de* DIOR; *brazalete y anillo, ambos de* TIFFANY & CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DE BÁSICOS A PIEZAS INSIGNIA
Chaleco tejido, de FOAM*; briefs de* ZIMMERMANN*; short de* LEVI'S*; bolsas de* LONGCHAMP *y* FENDI*; reloj de* OMEGA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

TODO ES RISAS...
... Y TEXTURAS
Cárdigan y top, ambos de CHANEL*; sombrero de* H&M*; pendientes de* CAROLINA HERRERA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Feminidad y audacia sin limitaciones

La nueva fragancia floral/frutal que habla de libertad y celebra la vida desde todas sus notas: Libre Berry Crush.

En el universo de Yves Saint Laurent la libertad es un emblema y un símbolo del verdadero lujo, y Libre Berry Crush Eau de Parfum lo demuestra una vez más. Podemos asegurar, sin dudas, que esta es la propuesta que abrazan las "it Girls", por ser la que mejor representa a la mujer segura de sí misma y leal; una mujer que celebra su feminidad.

En palabras de sus creadores, los Maestros perfumistas Anne Flipo y Carlos Benaïm, "para reinventar LIBRE con un toque de impertinencia, capturamos la sensación de una frambuesa pulposa mientras la aplastas en tu boca, ácida al principio, luego jugosa y dulce. Una fragancia de declaración, que expresa una feminidad lúdica y sin complejos".

FEMME LIBRE
La alta costura pone su exclusiva esencia en el universo olfativo a través de Libre Berry Crush, una celebración del lujo, la audacia y la libertad expresiva de la mujer que vive y celebra el universo legendario de Yves Saint Laurent.

La esencia de esta fragancia —la primera floral- frutal de la línea Libre— está en la frambuesa. Los creadores recurrieron a expertos en sabores para crear el aroma de la baya más jugosa y vivaz. Junto a ella, la delicadeza de la crema de coco aporta exquisita profundidad. La sofisticación se complementa con la flor de azahar de Marruecos y la lavanda.

Como una prenda de alta costura, Libre Berry Crush también resalta la personalidad de la mujer que la porta desde su elegante frasco en tonos rojo frambuesa, diseñado por Suzanne Dalton, una pieza que puede ser coleccionable y es un tributo a Yves Saint Laurent. La botella se inspira en un esmoquin, realzado con el legendario logotipo horizontal dorado de Cassandre.

La campaña, dirigida por la fotógrafa y cineasta Diana Kunst, nos impacta en cada imagen, a la vez que celebra el encuentro de dos voces femeninas que también representan la libertad: Dua Lipa interpreta "Think", de Aretha Franklin... Todo eso hace a Libre Berry Crush Eau de Parfum una declaración de lujo, poder y feminidad sin remordimientos.

LEGADO, LUJO Y LIBERTAD SON PALABRAS QUE DESCRIBEN A LA NUEVA FRAGANCIA LIBRE BERRY CRUSH.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EXPLORADORA ESTRELLA
Chamarra de LEVI'S*; camisa de* RAG & BONE*; traje de baño, de* SKIMS*; bolsa de* EL GANSO*; audífonos* AirPods Max 2*, de* APPLE*; collares y anillo, todo de* CARTIER*; reloj de* HUBLOT.
En este reportaje: peinado, Ernesto Vargas; maquillaje, Mariana Barcón; asistentes de foto, Cuauhtémoc García y Sarid Maldonado; asistente de moda, Elizabeth Munguia; modelo, Karol Hernandez/ New Icon Models.

Revistas.PeruRadio.net.pe

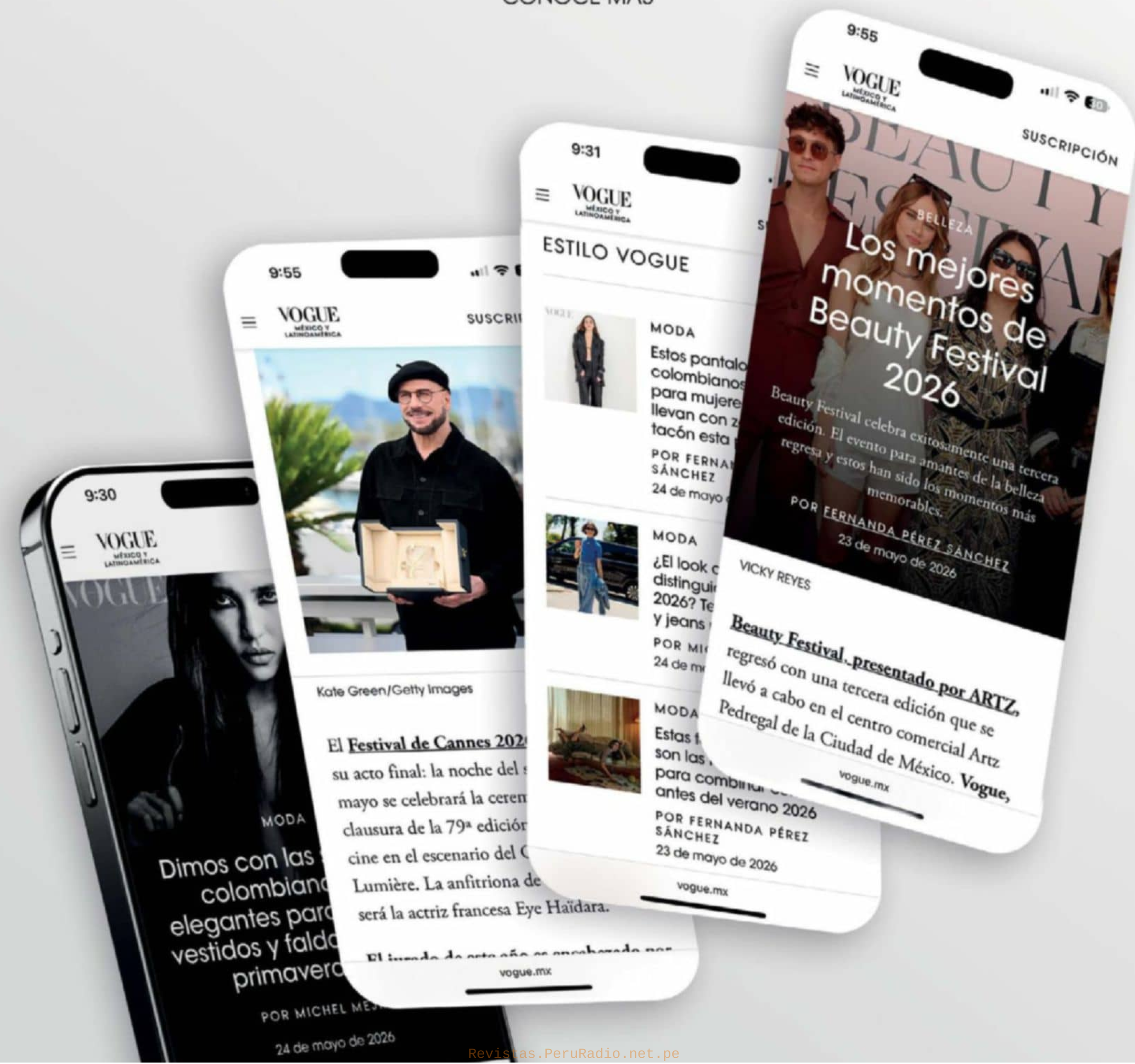
EL **UNIVERSO** DE

VOGUE

CONTIGO A DONDE VAYAS

MODA | BELLEZA | ESTILO DE VIDA | COMPRAS (RE)VOGUE |
RED CARPET | PASARELAS | VIDEOS

CONOCE MÁS



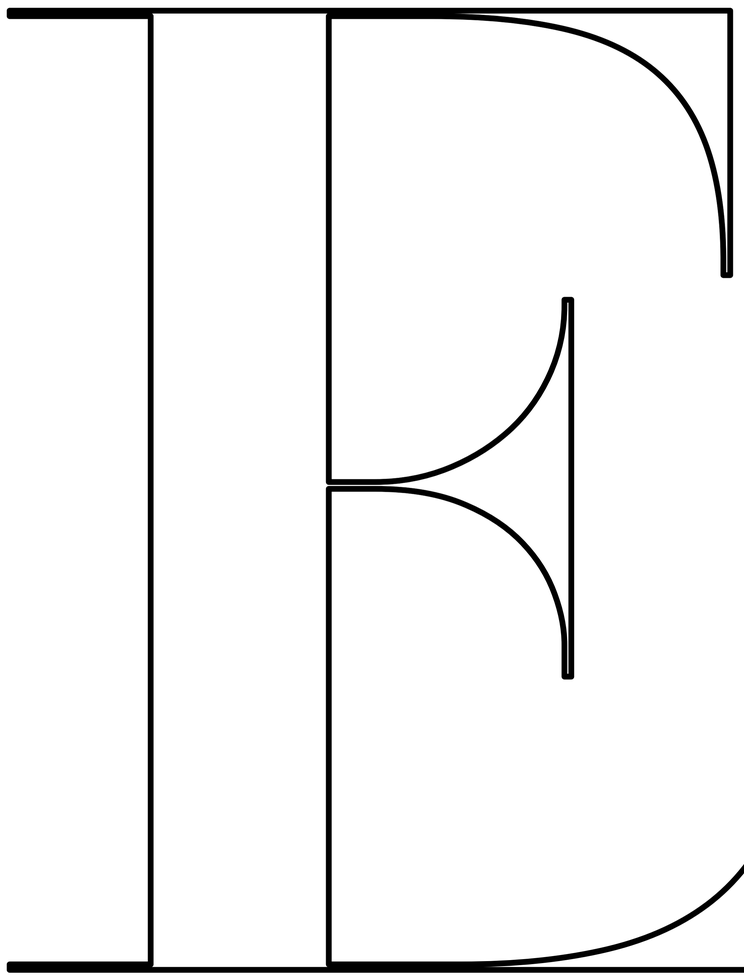
Revistas.PeruRadio.net.pe

COTIDIANIDAD
En Silvana Estrada: top y falda, de POMPI GARCÍA.

Silvana Estrada: entre la ligereza, los sentimientos y la palabra. Con la fotografía de ENRIQUE LEYVA y las palabras de CAMILA COLINA.

Alma viva

Revistas.PeruRadio.net.pe



s difícil poner en palabras lo que transmite la cantante veracruzana con su música. Quizá sea por eso que no le bastó posar su infinidad en un poema, sino que tuvo que acudir a la melodía para traducir su mundo interno con una precisión más abstracta. "Yo quiero contar historias, hacer cosas que me conmuevan, que me conecten", me cuenta cuando le pregunto cómo empezó a sumergirse en el mundo de la música.

Me cuenta que le inspiraba la locura, que en un inicio iba a estudiar psicología, pero que le iba mal en la escuela y bien en el conservatorio, así que la duda se evaporó hasta que no quedó más que un rocío de certeza sobre el siguiente paso en su camino. "Cuando empecé a hacer canciones, era una forma de salir un poco de mí, de aliviar un poco mi cabeza; era como si me estuviera asfixiando de mi propio ser, de mi propio sentido, de mi propia experiencia humana y la música era como decantar todo esto que me quemaba". Lo que empezó como una forma de salvarse a sí misma, se convirtió en una profesión. Podríamos decir, quizá, que Silvana Estrada es experta en navegar su propia sensibilidad con una voz que roza y transmuta el sentir de los demás. Tal vez su forma de sostener la locura y el dolor no viene de la escucha —como habría sido su destino de haber estudiado psicología— sino de la voz. De lo que sucede cuando se para sobre el escenario y deshace el inagotable repertorio de emociones con su música. Cada una de sus canciones narra una historia tan personal que, en su intimidad, resulta extrañamente conocida, como si en cada particularidad de su propia vivencia habitara una familiaridad intrínseca. La familiaridad con la que acaricia el dolor, la dulzura, el duelo, nos recuerda que sentir es una experiencia universal.

A veces, expresar lo que encuentras después de escarbar las profundidades de la intimidad humana es tan sanador como escuchar lo que nace de esa exploración. "A mí la música siempre me dio un poco más de peso, de gravedad frente a mi sensibilidad", dice.

Y es que presentar una parte tan recóndita de una misma no es cosa fácil. La vulnerabilidad sobre la que brota el proceso creativo es delicada y, al mismo tiempo, es tierra fértil para que florezca la sabiduría. Entre las giras, la promoción y la creciente fama, no siempre es fácil tener espacio para la creatividad. Y aunque el momento favorito de la cantante es ese momento al despertar cuando, después de una calurosa noche de trabajo sin descanso, escucha la canción que compuso y siente en el cuerpo la certeza de que eso era exactamente lo que quería decir, también es verdad que el proceso creativo tiene un halo de misterio. "La creatividad requiere tiempos muy imprecisos, y yo lo único que sé de estos tiempos imprecisos es que necesito que sean vastos y amplios", comparte mientras me cuenta de su proceso creativo. Cuando le pregunto sobre el lugar más inesperado en el cual se ha sentido inspirada para componer una canción, me cuenta que fue en el sótano húmedo y oscuro de la casa de una mujer desconocida, donde un piano abandonado (y posiblemente a la venta) la esperaba, ansioso por cantar de nuevo. El escenario —que bien podría haber sido el de una historia de terror— resultó ser perfecto para aislarse del mundo con una linterna y su sensibilidad, dando vida a una de sus canciones más famosas: *Ser de ti*.

Así, el proceso detrás de cada una de sus canciones demuestra que la creatividad es algo que sucede y, en ese acontecer, una aprende a moldearse. No siempre es tan romántico como parece, y entre risas me cuenta cómo a los 19 años sentía el relámpago de la inspiración en medio de Calzada de Tlalpan, o en un cruce de Avenida Revolución, sin tener muchas más opciones que sentarse a tomar nota de la idea en una banqueta olvidada de la Ciudad de México.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Abstraerse en sí misma para encontrar las palabras precisas que atraviesan un sentimiento exacto, con los autos desfilando de fondo y las pisadas siguiendo caminos concretos, requiere de "una intimidad conmigo misma que, pues sí que es muy hermosa y es parte de un proceso creativo". Y es justamente esa intimidad la que hace de su música algo tan personal que, paradójicamente, conecta con todos.

Y entre todas las experiencias humanas que pueden enredarnos los sentimientos y desquiciarnos las emociones está, por supuesto, el enamoramiento que se gesta sobre el mito del amor romántico: "Hay una idea que me hizo mucho daño y que creo que nos ha hecho mucho daño a muchas y a muchos, y es pensar que estás incompleta o incompleto hasta que conoces a tu otra mitad", comparte cuando le pregunto qué ideas del amor hemos heredado y ya no nos sirven más. "Yo soy una persona con mucha facilidad para reír y para la alegría pero también con muchísima facilidad para la tristeza", continúa, "por eso yo sentía que necesitaba otra persona que me salvara del dolor". Una experiencia compartida que muchas personas hemos transitado con la esperanza de por fin desconocer la incomodidad de la experiencia humana en brazos de un otro. Porque el amor romántico, en su precisa imposibilidad, es un río que desemboca una y otra vez en la lánguida decepción.

La sensibilidad de la cantante veracruzana y su talento para hacer de lo universal una experiencia abismalmente íntima han evolucionado a lo largo de su vida. "Yo creo que esto me lo quité a base de pasarla muy mal mucho tiempo", confiesa antes de compartir uno de sus aprendizajes más grandes: "[Ahora sé que] yo tengo las herramientas y lo necesario para hacerme feliz, pero también soy un ser social que pertenece a una colectividad y en ese sentido lo que necesito para estar bien no es una media naranja sino una red de cuidados que me sostenga y a la cual yo pueda sostener también", porque en un mundo donde la idea de amor que nos ofrecen no solo es imposible sino que también puede hacernos mucho daño, la alternativa que queda por explorar es la de acompañarnos. Y si alguien nos ha acompañado en los momentos más difíciles del duelo, el desamor y, también, el gozo, es ella a través de su música.

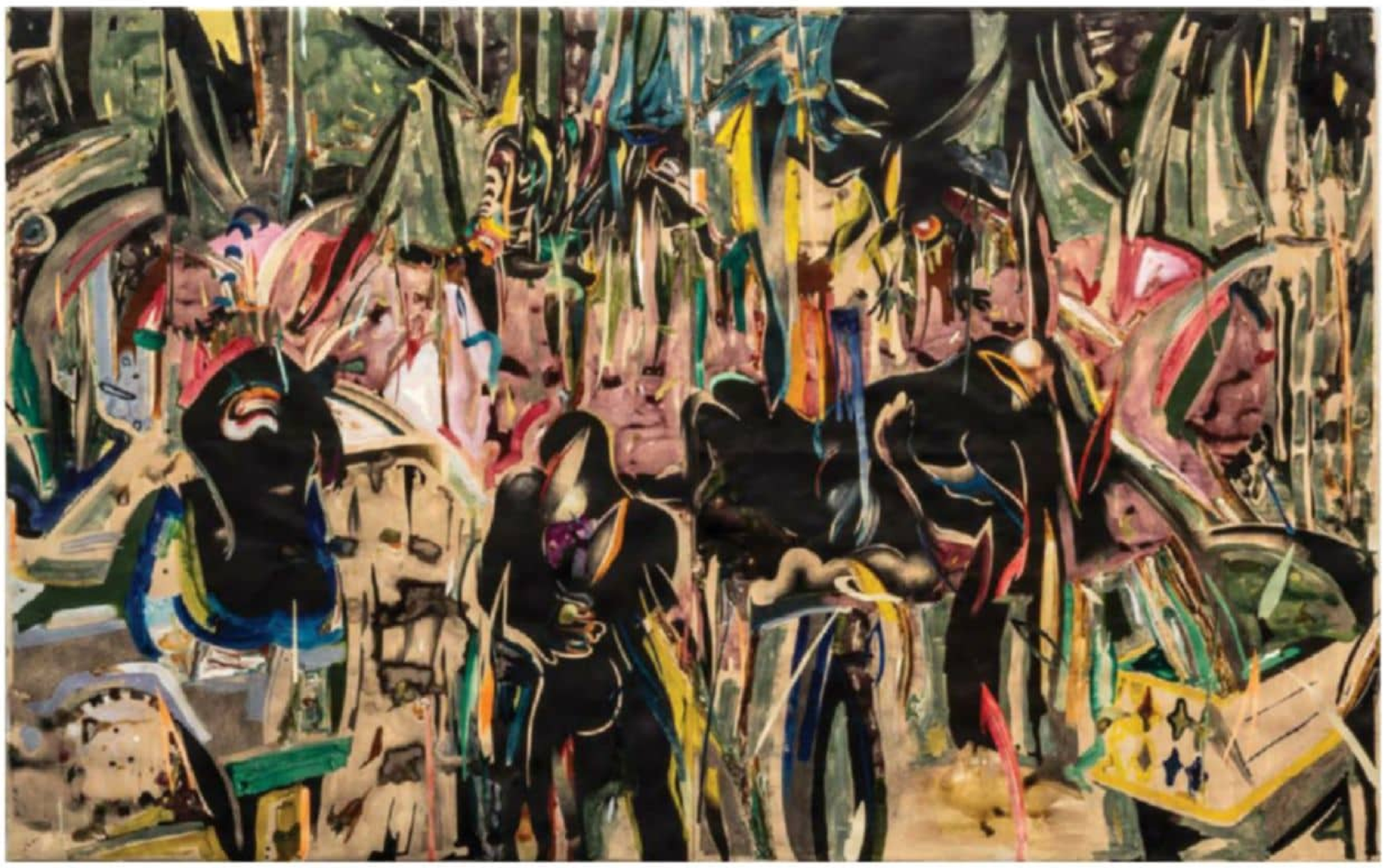
Revistas.PeruRadio.net.pe

EL PODER DE LA INOCENCIA
En Silvana: vestido de KEVIN PASCUAL.
En reportaje: estilismo, Pompi García; maquillaje, Marlet Aguilar; peinado, Marian Palacios; arte floral, José Garcés; asistente de fotografía, Kevin Pascual; asistente de estilismo, Daniela Rodríguez; palomas mensajeras de Palomas Juárez e Hijos.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Más allá del ritmo

Una muestra del Museum of Contemporary Art, en Chicago, valida el poder social del dancehall y el reguetón como herramienta de cambio. Con la palabras de JOSÉ FORTEZA.



CORTESÍA DEL MUSEUM OF CONTEMPORARY ART DE CHICAGO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

El dancehall y el reggaetón son géneros musicales... pero como otras tramas sonoras tienen el alcance de fenómenos culturales y sólidas manifestaciones de perfiles sociológicos y momentos de la historia. Para muchos significan resistencia y declaración de principios, para otros alegría, también aluden a tradiciones caribeñas y, también, un arma de protesta en cualquier latitud. Todo eso ha hecho muy significativa a *Dancing the Revolution: From Dancehall to Reggaetón*, una importante muestra que presenta hasta septiembre 20 el MCA, Museum of Contemporary Art de Chicago posiciona a esos géneros como poderosos marcos visuales y políticos dentro del arte contemporáneo.

La exposición presenta momentos y temas clave de estas historias, comenzando por una discoteca móvil, que se transforma en una experiencia comunitaria. Más de 40 artistas internacionales, como Isaac Julien, Edra Soto, Alberta Whittle, Carolina Caycedo, Supakid y Lee "Scratch" Perry, exploran la manera en que las culturas el Caribe y el Atlántico afro descenciente han generado signos visuales globales. La metáfora llega desde el título, que aborda las RPM (revoluciones por minuto)del tempo musical, extendiéndolas a una lectura de transformación cultural y disidencia, puntualizando a acontecimientos como el Verano del 19, en Puerto Rico, cuando el reguetón se hizo desafío político en las calles y en las escalinatas de la Catedral de San Juan, con el 'perreo combativo' de activistas de la comunidad LGBTQ+ y feministas.

Conformada por instalaciones, piezas sonoras y videos, pinturas, esculturas y acciones plásticas, la narrativa de la exposición propone la recuperación del espacio público a través de la danza popular, evidenciando a la vez, que la música y la gestualidad rítmica son muchas veces prácticas transformadoras de liberación colectiva. Así, *Dancing the Revolution: From Dancehall to Reggaetón* magnifica el impacto del dancehall y el reguetón compilando imponentes historias visuales, posturas políticas y convicciones espirituales de la mano del arte contemporáneo. Esto no se trata sólo de dos tendencias musicales, sino de herramientas expresivas que han trascendido sus orígenes populares para dar forma a la cultura global. Desde el Caribe hasta el resto de Latinoamérica y cualquier sitio del mundo donde se piense, sienta y respire, esta exposición sin duda, valida a la música y la danza como una práctica revolucionaria de expresión y liberación colectiva.

ARTE COMBATIVO
El poder del reguetón y el dancehall. En página opuesta, arriba: Carnival Dub, de Denzil Forrester; Abajo: Perplexity of the consumed, de Leasho Johnson. Arriba: Bad Bunny Chair, de Edra Soto.

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Era cromada

Los metalizados siguen liderando esta temporada y ahora también inspiran una nueva generación de gadgets diseñados para destacar desde cualquier ángulo.

Cuando pensamos en los accesorios que elevan un atuendo, casi siempre pensamos en metalizados: unos lentes de sol o relojes con acabado metalizado, unos aretes dorados o incluso unos zapatos cromados. Y es que hay algo en ese toque metálico que tiene el poder de transformar cualquier conjunto y darle un aire instantáneamente más sofisticado, contemporáneo y llamativo. Quizá por eso, temporada tras temporada, siguen ocupando un lugar privilegiado entre las tendencias que dominan las pasarelas y el street style. Son versátiles, futuristas y, sobre todo, capaces de convertir lo cotidiano en extraordinario.

Pero en una época donde el estilo ya no termina en las prendas que llevamos puestas, los metalizados han encontrado nuevas formas de expresión. Hoy, los accesorios más importantes de nuestro día a día no siempre son relojes o bolsos; muchas veces son esos objetos que nos acompañan desde que empieza hasta que termina nuestra jornada. Nuestro smartphone, por ejemplo, es uno de esos objetos imprescindibles que rara vez olvidamos al salir de casa. Más que una simple herramienta tecnológica, es un elemento que refleja nuestra esencia personal.

En este contexto, llega la nueva **Serie Xiaomi 17T** —integrada por Xiaomi 17T Pro y Xiaomi 17T— como una propuesta que lleva nuestra rutina diaria a otro nivel. Los acabados metálicos, las texturas y los colores tienen ese aire que conecta perfectamente con la obsesión por los reflejos, los brillos sutiles y las superficies que cambian según la luz. El tono Azul Oscuro y el Violeta Oscuro, por ejemplo, tienen ese efecto luminoso e iridiscente que inevitablemente recuerdan a la tendencia metálica que está conquistando tanto nuestros armarios.

Y claro, verse bien es solo una parte. La Serie Xiaomi 17T también está pensada para quienes quieren guardar recuerdo de todo. Gracias a su **Lente Leica Telefoto 5X** y a la nueva función **Leica Live Moment**, las fotos dejan de ser simples capturas para convertirse en pequeños recuerdos llenos de movimiento. Ya sea que estés al fondo de un concierto o quieras destacar los detalles de un accesorio, esta serie está diseñada para acercarte a cada escena.

La Serie Xiaomi 17T confirma algo que ya veníamos viendo desde hace tiempo: la tecnología también es parte de nuestro estilo. Y si los metalizados siguen dominando las tendencias, tiene sentido que ahora también brillen en el accesorio que usamos todos los días.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

NATURE MORTE

Una exposición unipersonal de Sam Baron en la Galería Cristina Grajales, de Nueva York, aborda el conflicto entre lo trascendental y lo efímero. Con las palabras de JOSÉ FORTEZA.

La exposición *Since You Left* es una cautivadora muestra del diseñador y director creativo francés Sam Baron, presentada en la Cristina Grajales Gallery, en Nueva York. Concebida como una naturaleza muerta contemporánea, la muestra integra una mesa de banquete suspendida y abandonada, dispuesta con exquisitas piezas de vidrio, mármol y plata. Ese es el prólogo para una composición de obras que evocan una sensación de eternidad y ausencia, capturando los vestigios silenciosos del contacto humano sobre materiales ancestrales.

Diseñador prestigioso y propietario de Sam Baron & Co, Baron ha recibido galardones internacionales que incluyen, recientemente, la prestigiosa distinción de Caballero de las Artes y las Letras. A lo largo de su carrera, ha aportado constantemente tanto una imaginación romántica como un sentido de subversión lúdica a los objetos que crea. Ambos aspectos son evidentes en *Since You Left*. Pero hay más en esta exposición, en la que también se percibe una conmovedora sensación de pérdida, una atmósfera deliberadamente evocada. El diseñador ha dedicado este proyecto a la memoria de una amiga: la periodista y editora de diseño Pilar Viladas, fallecida el año pasado.

En el trabajo de Baron siempre se subvierten las expectativas al llenar delicados recipientes artesanales no con flores frescas, sino con follaje y frutas de vidrio soplado. Para *Since You Left*, el creativo generó piezas únicas en colaboración con el maestro vidriero italiano Massimo Lunardon. El resultado es una puesta en escena tridimensional inspirada en los bodegones, en la que el artista compara su propuesta con una naturaleza muerta, sin embargo, al acercarse, la belleza se ve matizada por la realidad: la fruta madura y las flores se marchitan. Más que una simple decoración, estas escenas transmiten una verdad difícil: la vida es efímera.

Lo primero que encontramos en la galería, es el acceso a dos antesalas. En el primer espacio, unas aves de porcelana pintadas a mano se posan sobre una mesa de madera con elegantes volutas, que evocan las marcas y oquedades causadas por las termitas. La segunda sala se inspira en el vestíbulo de una casa europea burguesa. Una lámpara de araña negra de Murano se suspende sobre una alfombra que recuerda a un ramo de flores. El diseñador ha decidido transformar este elemento en una pieza impactante: un gesto dramático y ampuloso que se extiende del suelo al techo, lineal y casi humano, como el hieratismo implícito en la columna vertebral de un soldado ceremonial en posición de audaz y firme.

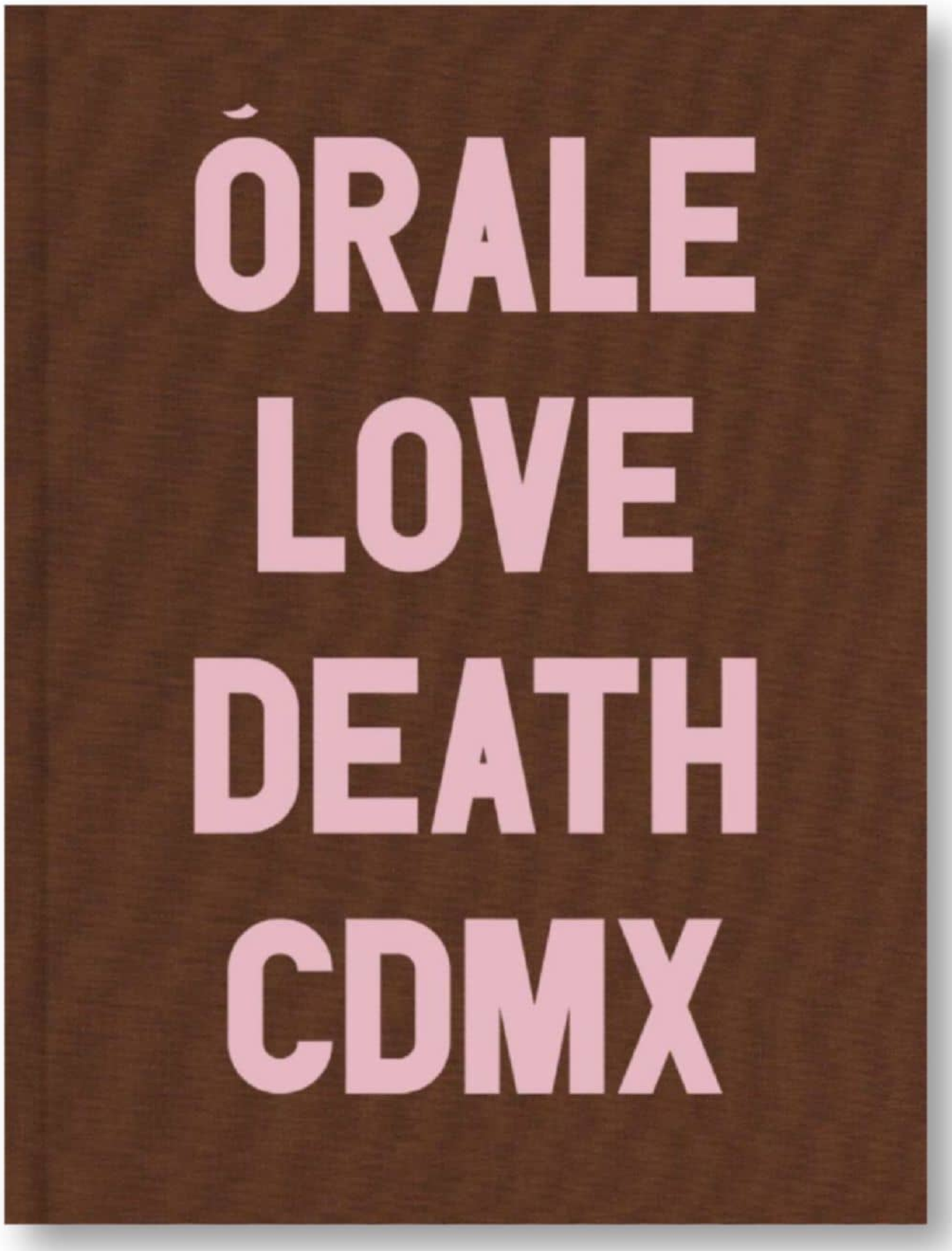
Esa escena de aparente perfección y fría quietud inamovible está cargada de una tensión silenciosa. Entonces, la estancia cobra una insospechada vida gracias a una suerte de debate, similar a una animada conversación durante una cena. El diálogo es de clasicismo frente a modernismo, lo utilitario enfrentado a lo fantástico, lo perenne contra la fugacidad, el mármol sólido contra la precariedad del vidrio perecedero. La metáfora nos lleva a asumir que el tiempo se detiene y, aunque los objetos parecen conservar la memoria del tacto, persiste una sensación de ausencia. Ese es su tributo a Viladas, quien él mismo afirma, "Fue una persona muy querida para mí, que siempre me impulsó —como diseñador— a explorar mi libertad y a ser fiel a mí mismo"... Eso lo explica todo.

TRIBUTO
La muestra Since You Left, *es un tributo a una amiga que le mostró que es posible enfrentar lo perenne e imperecedero, al dolor de la fugacidad.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

DAVID SIERRA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Legado en imágenes

La monografía fotográfica de la obra de Michael Hurst en CDMX, se hace legado, testimonio y tributo de amor a una ciudad.

ÓRALE LOVE AND DEATH CDMX es una monografía fotográfica póstuma del fallecido artista Michel Hurst, publicada por Hunters Point Press. Esa sería una presentación muy elemental. Para hacerla más justa, aún siendo sucintos, hay que agregar que Robert Swope, esposo de Hurst durante 40 años, fue quien seleccionó las fotografías tras el fallecimiento del artista, creando un retrato poderoso y trascendental del hogar adoptivo de Hurst, Ciudad de México, a través de imágenes de sus rituales ancestrales, momentos cotidianos de la vida en sus calles, la vibra de su gente y el culto a la Santa Muerte.

Y hay mucho más. Esto no trata simplemente sobre la Ciudad de México, sino de la vida de Hurst y Swope construyeron allí tras abandonar Nueva York en 2015. Cada fotografía incluida en el libro nació de esa experiencia cotidiana de recorrer barrios, calles y mercados, de participar en rituales y vivir encuentros íntimos, todo ello con un enorme afecto, curiosidad y sensibilidad. "ÓRALE fue una iniciativa de Barney Kulok, editor de Hunter's Point Press,

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

surgida unos tres meses después del fallecimiento de Michel, ocurrido el 14 de marzo de 2023", rememora Robert Swope. "Conocimos a Barney en 2018, cuando visitaba Ciudad de México. Conectamos bien y le mostramos algunas imágenes de un proyecto fotográfico conjunto que acabábamos de iniciar, con el propósito de mostrarle a una buena amiga en Nueva York lo que veíamos a diario en nuestro nuevo hogar. Durante todo el año 2018, ambos tomamos fotografías —tanto juntos como por separado— y, al final de cada jornada, seleccionábamos una la 'foto del día' y se la enviábamos a nuestra amiga. Repetimos este proceso durante un año hasta reunir una colección de 365 fotografías que documentaban aquel año de nuestra vida en Ciudad de México. A Barney le gustó lo que le enseñamos aquel día de 2018 y, al año siguiente, cuando autopublicamos en México *Pictures for Muriel*, le enviamos un ejemplar. Tras la muerte de Michel, Barney decidió publicar un libro con las imágenes que Michel había tomado en el país". Así nació el libro, como testimonio de amor, compañerismo y legado artístico compartido por Hurst y Swope.

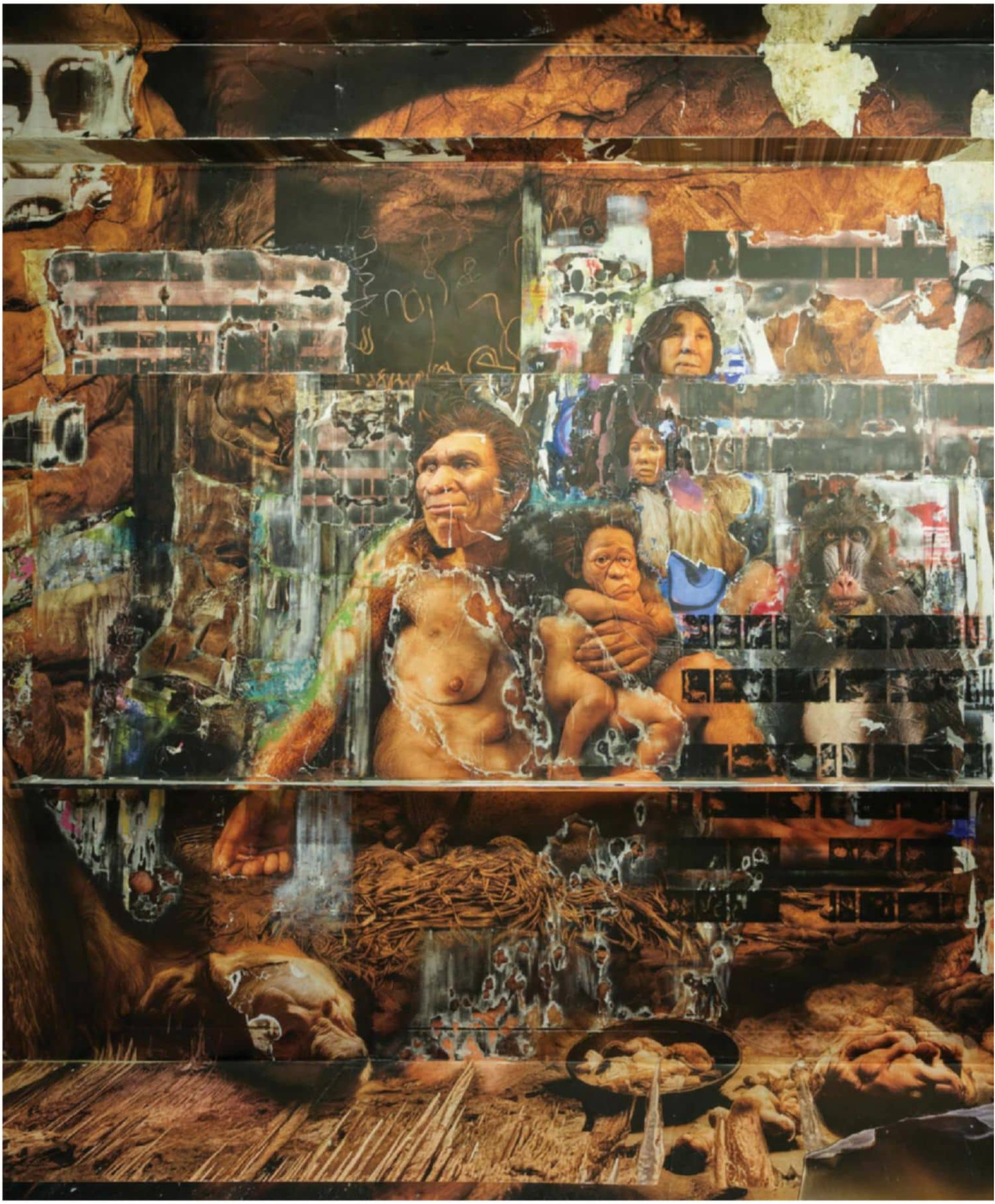
El proceso de selección de imágenes fue meticuloso y tomó meses. "Junto a Barney comenzamos a esbozar la estructura del libro", comenta Swope. "Más tarde, Nan Goldin se sumó como coeditora, aportando su mirada y su inteligencia emocional. Con el tiempo, las fotografías de la festividad de la Santa Muerte en Tepito adquirieron una importancia especial para la obra. Finalmente, la secuencia llegó a reflejar toda la amplitud de la visión de Michel: su ternura, su valentía, su sentido del humor y su profundo sentimiento hacia la vida cotidiana en la Ciudad de México".

Las últimas palabras de Hurst a su compañero de vida fueron: "Haz que mis fotografías lleguen al mundo"... Eso y más se ha hecho con este libro, que nos deja a todos celebrar la vida y compartir memorias de alguien que creó un legado y lo puso a nuestro alcance.

COTIDIANIDAD Cada una de las imágenes incluidas en Órale Love and Death CDMX *son un testimonio visual del día día de una ciudad, su gente, sus tradiciones y las razones para amarla.*

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

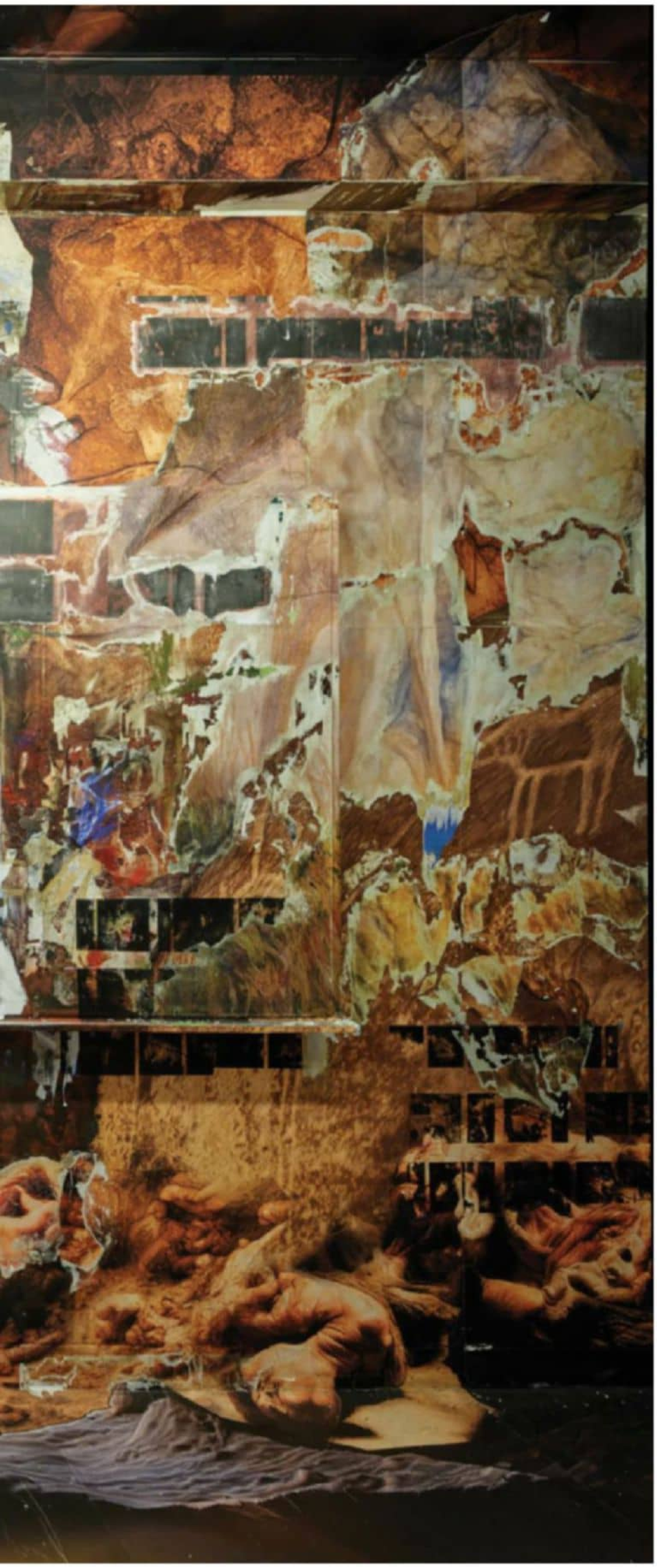


Buscar sentido

Una muestra de Adrián Villar Rojas en el Aspen Art Museum busca cuestionar nuestros orígenes.

D.R. (2)

Revistas.PeruRadio.net.pe



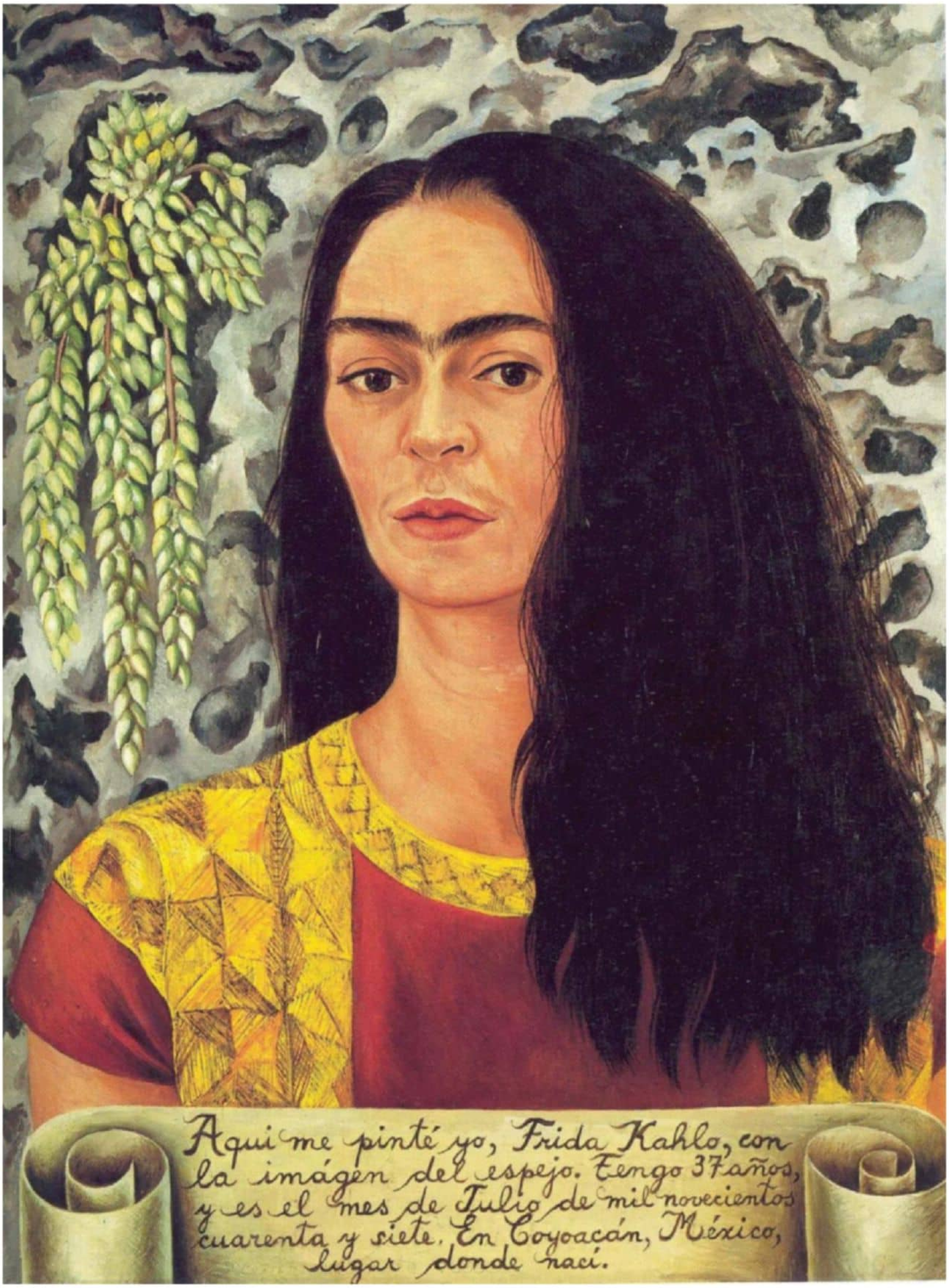
INTROSPECCIÓN
Arriba: parte del proyecto Poemas terrestres*, creado para la Trienal de Aichi 2025. Derecha, arriba: alegoría a los fósiles en la presente muestra del Aspen Art Museum.*

Desde este 2 de julio, el Aspen Art Museum presenta *First Gods, Lost Animals,* una muestra unipersonal de Adrián Villar Rojas, artista conocido por instalaciones que nos hacen reflexionar sobre cómo podría terminar el mundo y cuál sería nuestro legado. El artista ha mostrado su obra en todo el mundo, con momentos muy especiales en la Bienal de Venecia de 2014, creando una obra para el Met en 2017 y en exposiciones de gran formato en Ontario, Sydney y Seúl. Su filme, Lo que el fuego me trajo, se presentó en Locarno International Film Festival 2013, y su trilogía fílmica The Theater of Disappearance, en el Berlin International Film Festival 2017.

"Mi relación con lo que llamamos arte comenzó como un problema de traducción: cómo extraer una imagen del espacio privado de la imaginación y la psiquis, y hacerla existir en el mundo compartido. El arte es una tecnología de traducción mediante la cual una inteligencia, humana o no, desplaza algo de un dominio a otro", dice Villar. Ahora, ya en un punto distante de aquellos inicios, nos comenta que su proceso creativo: "consiste menos en crear cosas que en crear sistemas de creación. No pienso mi trabajo como la producción directa de objetos o experiencias, sino como la construcción de las condiciones para que esas experiencias o esos objetos puedan emerger. En ese sentido, me gusta pensarme más como un organizador de fuerzas que como un autor en el sentido tradicional".

La exposición del Aspen Art Museum incluye una transformación de la planta baja en una cueva, donde la acumulación geológica evoca otra de proyección humana y simbólica. Así, plantea que los seres humanos han creado sistemas y herramientas —la religión, el arte y, ahora, la inteligencia artificial— para dar sentido a un universo. "La pregunta es por qué los seres humanos sentimos la necesidad de producir significado. Eso está en el centro de esta exposición. En lugar de producir nuevos significados, me interesó retroceder hacia qué hizo posible la aparición del significado. Eso me llevó a las cuevas, como uno de los primeros entornos donde una inteligencia pudo separar una parte de la realidad, conservarla, compartirla y transformarla en algo simbólico". Adrián Villar Rojas: *First Gods, Lost Animals* se presentará hasta abril, 2027. —J.F.

Revistas.PeruRadio.net.pe



CORTESÍA DEL TATE MODERN (3).

Reflexiones a color

La imperdible exhibición que explora el ícono que representa Frida Kahlo en la cultura y el arte, recorre el mundo hasta llegar al Tate Modern, en Londres.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Con Frida Kahlo, es difícil saber donde terminar y donde empezar. Y es que este año ha dado mucho de qué hablar con un recorrido que han tenido sus obras en distintos museos alrededor del mundo, y que ahora llegan a Londres: *Frida: The Making of an Icon*, una exhibición que recopila alrededor de 30 obras de la artista que exploran desde los arquetipos bajo los que fue leída, interpretaciones propias y el efecto en la cultura pop que sigue vigente incluso hoy en día a través de *Fridamania* que llega al Tate Modern.

Ésta exhibición abre sus puertas a partir del 25 de junio y concluye el 31 de agosto de 2026. Su obra se nutre de sus vivencias, de una narrativa propia, personal, un viaje a través de su vida, su estética, una mirada interior a partir de la cual ella misma permitió hacer del dolor y el sufrimiento un *leitmotif*.

Kahlo. Artistas como Madonna, quien ha expresado en múltiples ocasiones ser gran admiradora de la pintora, y quien además posee al menos un par de cuadros de ella, se sumaron a la popularización de la pintora. El término Fridamanía hace referencia al estatus prácticamente de culto al personaje que ella y otros artistas e intelectuales lograron construir a lo largo del tiempo, convirtiéndola no solo en un ícono sino en una especie de arquetipo donde su vida y obra son prácticamente inseparables. 'Frida encontró la manera de pintar el dolor, de permitirnos ver el dolor y, con ello, reflejar el dolor del mundo… Ella es la imagen de la conquista de la adversidad, contra viento y marea, ella representa a quienes son capaces de hacer su vida y reinventarse a sí mismos y vivir plenamente… Frida Kahlo es en este sentido el símbolo de la esperanza, del poder, de la capacidad

Frida Kahlo creó un parteaguas en el arte que es apreciado tanto por un circuito erudito como por las masas que se han identificado con su obra y le han dado una interpretación propia.

Hablar de Frida Kahlo hoy en día es hacer referencia no solo a una biografía, sino a un fenómeno artístico, comercial, ideológico, y claro, de belleza; también es hablar de una artista patrimonial, es analizar con lujo de detalle aquello que podemos llamar o identificar como identidad mexicana.

Si bien la artista era ya bien conocida en México durante su vida es sin duda a su muerte y sobre todo a finales del siglo XX que su obra y su figura resultan en un fenómeno que se conoce como Fridamanía o El Efecto Frida

de llenarnos de fuerzas para un sector variado de nuestra población quienes atraviesan por condiciones adversas', es una frase que se sustrae de *El diario de Frida Kahlo*. Un íntimo retrato, de Carlos Fuentes. Su legado sigue y es tan mítico que no deja de ser interpretado.

Frida fue una mujer de tormentos personales que se comparten en empatía colectiva, que te sumergen de manera inesperada entre sus pigmentos, y que te sacuden al punto de dejar el espíritu confuso al cuestionarse si el dolor o la gracia poseen cierto color… —A. Q.

LEGADO QUE EVOLUCIONA
Arriba, desde la izda.: Naturaleza muerta (dedicada a Samuel Fastlicht), (1951); fotografía de la artista tomada por Julian Levy; en página opuesta, Autorretrato con pelo suelto (1947).

Revistas.PeruRadio.net.pe

FÓRMULA ÚNICA

Tu kit de maquillaje tiene las fórmulas y colores que mejor te queden, pero también dice más de ti de lo que podrías pensar. Con la fotografía de CATHARINA PAVITSCHITZ.

Tuve que marcarle a mi mamá para confirmar el dato que estoy a punto de darte: mi primer rutina de *skincare* completa fue de Clinique… me la regaló ella cuando entré a la preparatoria. Como preámbulo, antes de eso, en la secundaria (los terribles tres años en donde los cambios hormonales florecen y en donde en mi caso, me hicieron perder los estribos cada tanto) tenía brotes ocasionales de alergias cuando entrenaba básquetbol o hacía atletismo. Poco sabía de los cuidados que tenía que emplear como el bloqueador cuando las competencias eran cerca de medio día, con un calor que hacía que ligeros brotes aparecieran sobre mi piel, pero no lo suficientemente discretos para mí, en mi cabeza, la piel de gallina y la mía, no estaban nada lejos de parecerse.

Creo que justo a partir de ver esas alergias surgió esta intención de mi madre, porque claro, para este momento ir al dermatólogo no estaba ni remotamente considerado. Pero fue un primo mío (urgenciólogo), quien al verme en unas vacaciones de Navidad notó mi piel y sin emitir una crítica, solo me recomendó lo que tenía que hacer: lavar mi cara y cuerpo de cierta manera y con ciertos jabones, y sí o sí aplicarme bloqueador cuando saliera a entrenar y ni se diga a competencias. Para este momento, lo único permitido era la rutina minimalista de Clinique, la máscara de pestañas de Maybelline, *Great Lash Waterproof* y un poco de rubor de MAC.

Creo que ahí empezó mi interés por el *skincare*, porque mientras mis amigas ya comenzaban a pintarse, yo solo estaba angustiada de que ninguna alergia me brotara… me conformaba con que mi piel se viera sana. Esto casi pasa por alto en la universidad cuando ya quería usar un *skincare* más elevado o de marcas diseñador… no podía usar un limpiador con demasiados aromas porque de hacerlo, mi piel se ponía roja inmediatamente. Regresamos a la rutina de crema hidratante, sueros y bloqueador (afortunadamente, las ojeras aún no salían en ese momento).

Todavía recuerdo una historia de cuando estudiaba Literatura: convenientemente vivía relativamente cerca de algunos clubes que mis amigas frecuentaban: un viernes en la noche (como a la media noche) una de ellas me marcó para decirme que se sentía mal y que si podía ir por ella al club, y quedarse a dormir conmigo. El sitio en cuestión estaba a dos calles. Salí, me acerqué al cadenero y le dije: "¿Puedo entrar por mi amiga? Sé que se siente mal y que está en el baño". Su respuesta fue: "No puedes entrar así". El 'así' era una pijama de Hello Kitty de franela roja. Solo lo miré y le dije "¿De verdad crees que saldría de

CAMBIO DE PARADIGMA
En página opuesta, arriba, izda.: Lip Suede Matte Lipstick en Suede, de WESTMAN ATELIER*; Emotion Proof Mascara en Noir Shameless, de* TOM FORD BEAUTY*; delineador en Deeper, de* TOM FORD BEAUTY*; delineador de labios Peptide Lip Shade, en Lunge, de* RHODE.

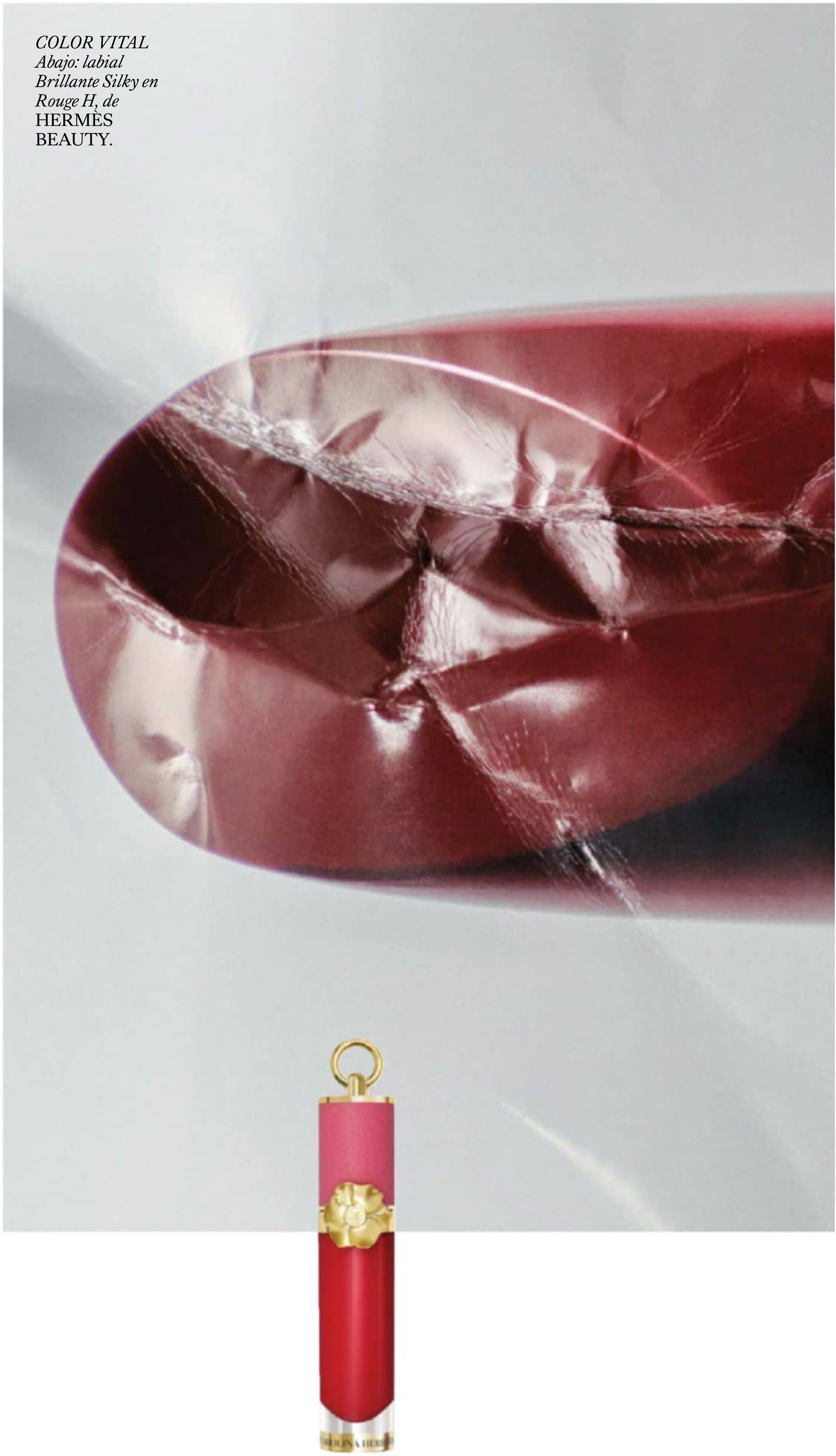
Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

mi casa 'así', con la cara lavada y ya casi dormida si mi amiga no se sintiera mal? Ándale, déjame pasar, me ves aquí todos los jueves de todas formas"... Claro que con una respuesta tan honesta me dejó pasar... y no, mi amiga no se lavó la cara cuando llegó a mi casa.

Para cuando acabé la universidad, sentía un poco de celos de varias de mis amigas que podían usar todo el maquillaje que quisieran como una forma de expresión mientras yo tenía que mantener todo al mínimo para evitar parecerme a una manzana. Nos recuerdo regresando de los clubes durmiendo todas en el mismo departamento y mientras ellas se iban a dormir con el maquillaje puesto, yo sí o sí tenía que lavarme la cara antes de dormir si no quería pagar las consecuencias.

Pasaron las décadas y ahora, además de descubrir que errores como irse a dormir se pagan muy caro en años posteriores, ahora que me dedico a esta parte, genuinamente a lo que más le pongo atención es al *skincare*, los bioestimuladores y las fragancias. Ahora, el maquillaje, si no tiene estudios y es apto para pieles reaccionarias, difícilmente lo considero. La ventaja de vivir en 2026 es que los consumidores leen mejor las etiquetas y son más conscientes de las afectaciones de los ingredientes, además de que ya hay regulaciones globales que no permiten el uso de ingredientes que le hagan daño a la piel. Los estudios han avanzado al grado que hasta las pieles más sensibles ya pueden expresarse y usar maquillaje, o también ya hay *skincare* con características de maquillaje. Hoy por hoy, tras muchos gastos en cosas que me daban alergia, la inversiones redirigidas a mi dermatólogo y ciertas formulaciones, ya tengo una lista de las marcas que no dejan mi bolsa; de *skincare*: La Roche-Possay, Cerave, Vichy Laboratoires, Colorescience, Esthederm, Lancôme y Skinceuticals, salvo con ciertas rotaciones de otras firmas *high-end* para lograr borrar el cansancio de mi cara y claro, la rutina que uso cuando salgo a correr después de las 8 am. Afortunadamente, en maquillaje se expande lo suficiente a través de Tom Ford Beauty, Chanel Beauty, Westman Atelier, Carolina Herrera Beauty, Clinique, Victoria Beckham Beauty, Violette FR, Rhode, Clinique, Byredo y claro, mi máscara de Maybelline que lleva décadas en mi bolsa. Por eso, aquí, en las confesiones de una adicta a las compras *beauty* en retailers, farmacias francesas y aeropuertos, puedo decirte que está bien si sigues equivocándote con tu tono o la fórmula, tu piel cambia todos los días, pero ¿acaso no lo haces tú también? —K.G.U.



COLOR VITAL
Abajo: labial Brillante Silky en Rouge H, de HERMÈS BEAUTY.

MULTIUSOS
MUP Liquid Blush, de CAROLINA HERRERA BEAUTY.

Revistas.PeruRadio.net.pe

PIGMENTO AUDAZ
L'Absolu Rouge Drama Ink, en tono French Touch, de LANCÔME.

MAGIA LÍQUIDA
Barra de labios líquida Rouge Allure Laque en tono Timeless, de
CHANEL BEAUTY.

Revistas.PeruRadio.net.pe

NUEVO ROSTRO

Entre filtros, tendencias, bioestimuladores y rellenos, ¿cuál es esa placentera sensación estética que perseguimos hoy? Con las palabras de KARINA GONZÁLEZ.

ARTHUR ELGORT.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LA POPULARIDAD DE LOS BIOESTIMULADORES y su uso, dependiendo de la inversión y la persona especializada con la que te dirijas a hacer la cita, sin duda ha generado un amplio espectro de posibilidades, porque acá hay desde resultados espectaculares, a unos un poco más dudosos.

Actualmente, los filtros nos ayudan a tener certeza sobre los tratamientos que queremos aplicar en nuestro piel, desde cierto arreglo en la nariz a un poco de botox o inyecciones que PDRN de salmón mensuales (pero no acaba ahí).

Recientemente, en un artículo de tendencias que vi sobre Belleza que explicaba cómo cada década tenía cierta estética particulamente definida, llegaba a la conclusión de vivimos en un momento en el que todas las personas 'se ven iguales', pero ¿qué significa eso? La sobre saturación que efectos que buscan obtener en el rostro una eterna juventud, son logrados con éxito únicamente si son llevados de la mano de los especialistas correctos... eso no es nada nuevo, pero es que claro, un cirujano o un dermatólogo conoce el rostro de una forma que muchos otros no lo hacemos, pero también su propia percepción de la belleza puede distorsionar los resultados en su paciente.

Siempre digo que para que tengas una idea de cómo vas a quedar con cualquier tratamietno estético, es importante que veas el rostro del experto en cuestión, que sin duda, te puede dar un margen relativamente cercano a tu resultado final. Así es como he visto a expertos con demasiado relleno en los labios que les brindan a sus pacientes un gran aumento en los labios. Creo que reflexionando sobre esto, lo que hoy estamos tratando de buscar es la armonía, pero una que haga sentido con el que la genética nos ha dado... ¿o no?

En otro artículo que he leído recientemente, se mencionan que ante esta sobre saturación de labios y mejillas, un resultado que se busca alcanzar es el efecto rich-face, ese que hemos visto en las personas por las que nos preguntamos ¿Qué te hiciste? Porque sabemos que se hizo algo, pero no podemos decir bien qué fue. Y ese es exactamente el efecto de la *Rich-Face*, aunque, si somos justos y tomamos en cuenta el contexto de la persona en cuestión, en esta fórmula puede intervenir desde un bioestimulador bien hecho a comer sanamente, e incluso dejar a una pareja o un escenario que te hacía más mal que bien (porque claro que el cortisol elevado es uno de los mejores amigos de las arrugas y del efecto del rostro cansado).

Para que aclaremos el contexto de un relleno no tan bien ejecutado, me permito pedir disculpas por el toc que estoy a punto de colocar en tu mente: no sé si has visto en tu cotidianidad personas con los pómulos increíblemente definidos y rellenos, acompañados de líneas nasogenianas (o de la sonrisa) muy marcadas. Esto es porque el relleno en el pómulo es tan excesivo que es imposible que no forme una arruga debajo de la misma, después de todo, como lo dice la Ley de la Gravitación Universal (de Isaac Newton), todo lo que sube, tiene que bajar... particularmente si el volumen están colocado en cantidades exageradas.

Pero volviendo al efecto que queremos desear, esculpir el rostro no debería ser una tarea que gravite en nuestra contra, bioestimuladores como Sculptra, Radiesse o mi querido Morpheus, si los combinas con PDRN de salmón aplicado mensualmente, toxina botulínica y las cremas acorde a tu tipo de piel, no hay razón para que no alcances esa *Rich-Face*. Todo depende del experto con el que vayas (que en mi caso, es Medae) y de que lleguen a un punto medio para saber qué necesitas para lograrlo. —K. G. U.

¿Acaso la armonía facial con identidad propia se ha convertido en algo imposible de alcanzar ante el uso saturado de rellenos y tratamientos dérmicos?

ARMONÍA PERFECTA

Como todo en la vida, los resultados en el rostro dependen de disciplina y ejecución. Por eso, recurrir a un experto con las credenciales correctas, puede permitir que uses el biotimuladores y los rellenos correctos para conseguir ese efecto armónico que tanto se busca, pero no siempre se consigue.

Revistas.PeruRadio.net.pe

La anatomía de la información

La próxima revolución del bienestar no está en un producto ni en una rutina. Está en la capacidad de interpretar millones de datos para entender mejor cómo funciona cada cuerpo. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.

Hay un momento en que la tecnología deja de sentirse como tecnología y empieza a sentirse como parte de la vida. Pasó con los mapas, con la música, con la forma en la que pedimos comida o buscamos vuelos. Está pasando ahora, más despacio pero con la misma inevitabilidad, con la manera en que cuidamos nuestro cuerpo.

La inteligencia artificial lleva años infiltrándose en la industria de la belleza y el bienestar desde los bordes: recomendaciones de productos, filtros de realidad aumentada, algoritmos que sugieren rutinas basadas en *cookies*. Pero lo que está ocurriendo ahora es diferente en escala y ambición. El mercado de inteligencia artificial en belleza y cosmética pasará de 2.7 mil millones de dólares en 2023 a 16.4 mil millones para 2033, creciendo casi 20% por año. El mercado total de *beauty tech* alcanzó 66 mil millones en 2024 y se proyecta llegar a 172 mil millones para 2030. Son números que hablan de una transformación de fondo, no de una tendencia de la temporada.

El problema que está intentando resolver esa transformación es más viejo que la tecnología que lo ataca. Durante décadas, la industria de la belleza operó bajo una lógica sorprendentemente simple: crear un producto, construir una historia alrededor de él, e invitar a millones de personas a reconocerse en esa historia. A veces funcionaba. Casi siempre era una apuesta a ciegas. El consumidor de hoy no sufre por falta de información sobre su piel. Sufre exactamente por lo contrario: tiene demasiada, y ningún sistema que le ayude a interpretarla.

Ahí es exactamente donde la inteligencia artificial tiene algo nuevo que decir. No sumando más datos, sino haciendo lo contrario. Cuando alguien describe su piel como 'seca', esa palabra puede significar seis cosas completamente distintas: deshidratación, barrera dañada, sobrelimpieza, irritación, clima extremo, o simplemente una semana muy difícil. Seis problemas, seis respuestas distintas, una sola palabra para describirlos todos. Resolver esa ambigüedad, en tiempo real y a escala personal, es el tipo de problema para el que los sistemas de inteligencia artificial están inusualmente bien equipados.

Marcas como 2250, fundada por el ex desarrollador de AI Nessim Zouaoui, están construyendo exactamente sobre esa premisa. "La mayoría de la gente no necesita más información", asegura Zouaoui, "necesitan una mejor interpretación de lo que ya tienen. Su diagnóstico habla de algo más amplio que una marca: habla de un cambio de dirección en toda la industria".

Lo que está ocurriendo en el mundo del bienestar es solo el punto de entrada a algo mucho más amplio. La inteligencia artificial está cambiando la manera en que entendemos el cuerpo desde sus capas más profundas. La pregunta que queda es sobre el futuro que todo esto está construyendo. Porque hay dos versiones posibles. Una en la que la inteligencia artificial convierte el bienestar en otra forma de optimización perpetua, otro dashboard de métricas personales que hay que mejorar. Y otra, más interesante, en la que la tecnología se vuelve tan precisa y discreta que simplemente desaparece, dejando solo el resultado: una relación más honesta entre una persona y su biología. La primera versión ya existe y es agotadora. La segunda se está construyendo...

INTELIGENCIA BIOLÓGICA
La inteligencia artificial está aprendiendo a leer patrones invisibles en nuestra salud, redefiniendo la relación entre tecnología, bienestar y biología.

Revistas.PeruRadio.net.pe

2.7

mil millones de dólares valía el mercado de inteligencia artificial en belleza y cosmética en 2023. Para el 2033, se proyecta que llegue a 16.4 millones, creciendo casi 20% anual. La inteligencia artificial se convierte en uno de los sistemas principales de interpretación del cuerpo.

90%

de los datos de salud existentes en el mundo se generaron en los últimos cinco años. El problema ya no es falta de información; es encontrar sentido dentro de ella para saber usarla a favor.

11

millones de bits de información produce el cuerpo humano por segundo, pero nuestra mente consciente procesa apenas unos 50. La inteligencia artificial funciona, en cierto sentido, como una herramienta para encontrar patrones dentro de este mundo de información.

70%

de la variabilidad de cómo envejecemos está asociada a factores ambientales y de estilo de vida, no a la genética. Es una de las razones por las que la personalización se ha convertido en una obsesión para la industria del bienestar.

MAX HOELL.

Revistas.PeruRadio.net.pe

BELLEZA

INSTAGRAM: @LIBREIDEA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DE USO PERSONAL

Una ola de mujeres está construyendo su propio dispositivo desconectado de Internet, con el fin de adaptarse a la necesidad de su creadora. Con el arte de VALERIA AYUSO y las palabras de FERNANDA PÉREZ.

La primera vez que tuve acceso limitado a Internet fue por allá en 2007, tenía 14 años y estaba maravillada ante el mar de posibilidades que tenía al alcance de mi vieja laptop Compaq. No sabía que varios años después no solo sería mi computadora portátil, tendría varios dispositivos que me permitirían estar hiperconectada, no unas horas al día, sino todo el tiempo.

Y aunque el Internet me sigue pareciendo el invento más revolucionario de nuestra era, hay cosas que no le agradezco. A veces recuerdo con nostalgia cómo era usar algún dispositivo tecnológico por el mero placer de dedicarme a un pasatiempo sin ser interrumpida constantemente por notificaciones o por las ganas de saltar entre apps: escribir, ver películas, videojuegos, leer, estar buscando curiosidades en la *Enciclopedia Encarta*.

Estos pensamientos coincidieron con un descubrimiento que tuve mientras (lo admito) hacía *doomscrolling* en TikTok: Los cyberdecks. Una ola de mujeres está construyendo su propio dispositivo desconectado de Internet, cuya funcionalidad puede adaptarse según las necesidades de su creadora. El término surgió por primera vez en el libro Neuromante de William Gibson y aunque ya había hombres haciendo cyberdecks desde hace tiempo, las mujeres que han subido a TikTok su proceso para hacer los suyos, han implementado su propia estética, una que se deriva de la nostalgia por los juguetes que estaban de moda en los años 90 y 2000; algunos vienen montados en antiguas carcasas de Polly Pocket, otros en bolsos en forma de conchas de mar. Representan la forma en la que creíamos que la tecnología se vería cuando fuéramos adultas.

UbeBoobey es la creadora de contenido británica que popularizó los cyberdecks en dicha plataforma, su video donde explica "las políticas de los cyberdecks" acumula poco más de cuatro millones de visualizaciones. "Creo que las mujeres se están interesando en los cyberdecks porque históricamente la tecnología ha sido un campo dominado por hombres, donde el diseño era elegante, impersonal y poco divertido. La gente se está cansando del minimalismo y la monotonía corporativa. Las mujeres pueden expresar sus emociones y creatividad con mayor libertad. Ser creativa y compartir tu arte en internet implica mucha vulnerabilidad, ¡algo que las mujeres conocen muy bien!", explica para *Vogue*.

Los cyberdecks funcionan como una pequeña computadora portátil –sin acceso a Internet– que se programa con un cerebro informático, un teclado y una pantalla; varios sitios en línea ya venden kits para que los usuarios armen su propio gadget; pueden usarse para lecturas, escritura o videojuegos retro. Quizá te estés preguntando cuál es el punto si para eso tienes tu laptop o celular, pero con los cyberdecks, la conversación está enfocada en la creatividad, en adoptar un hobby que implique desconectar, incluso si tiene tecnología de por medio. "Mi primer cyberdeck es mi favorito porque refleja genuinamente mis gustos. No busqué la estética de otra persona en Pinterest ni usé inteligencia artificial para crear una visión o un tablero de inspiración", señala UbeBoobey, "son dispositivos que tú misma construyes, así que sabes exactamente qué componentes tienen y cómo funcionan. Pienso en mi microondas, mi televisor, mi teléfono: todos se fabricaron en una fábrica y hay millones de ellos en el mercado. Un cyberdeck es único, lo creas tú misma, es irrepetible".

No es que un cyberdeck sea capaz de reemplazar los sofisticados artefactos que usamos en nuestra vida diaria, pero sí se sienten como una vía de escape. Son aparatos lúdicos que están siendo acaparados por mujeres que buscan experimentar con la tecnología, más allá de consumirla.

A NUESTRO FAVOR... Regresamos al principio de la tecnología: cuando era una herramienta alejada del estrés y cercana a una aliada.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Una elegancia contenida

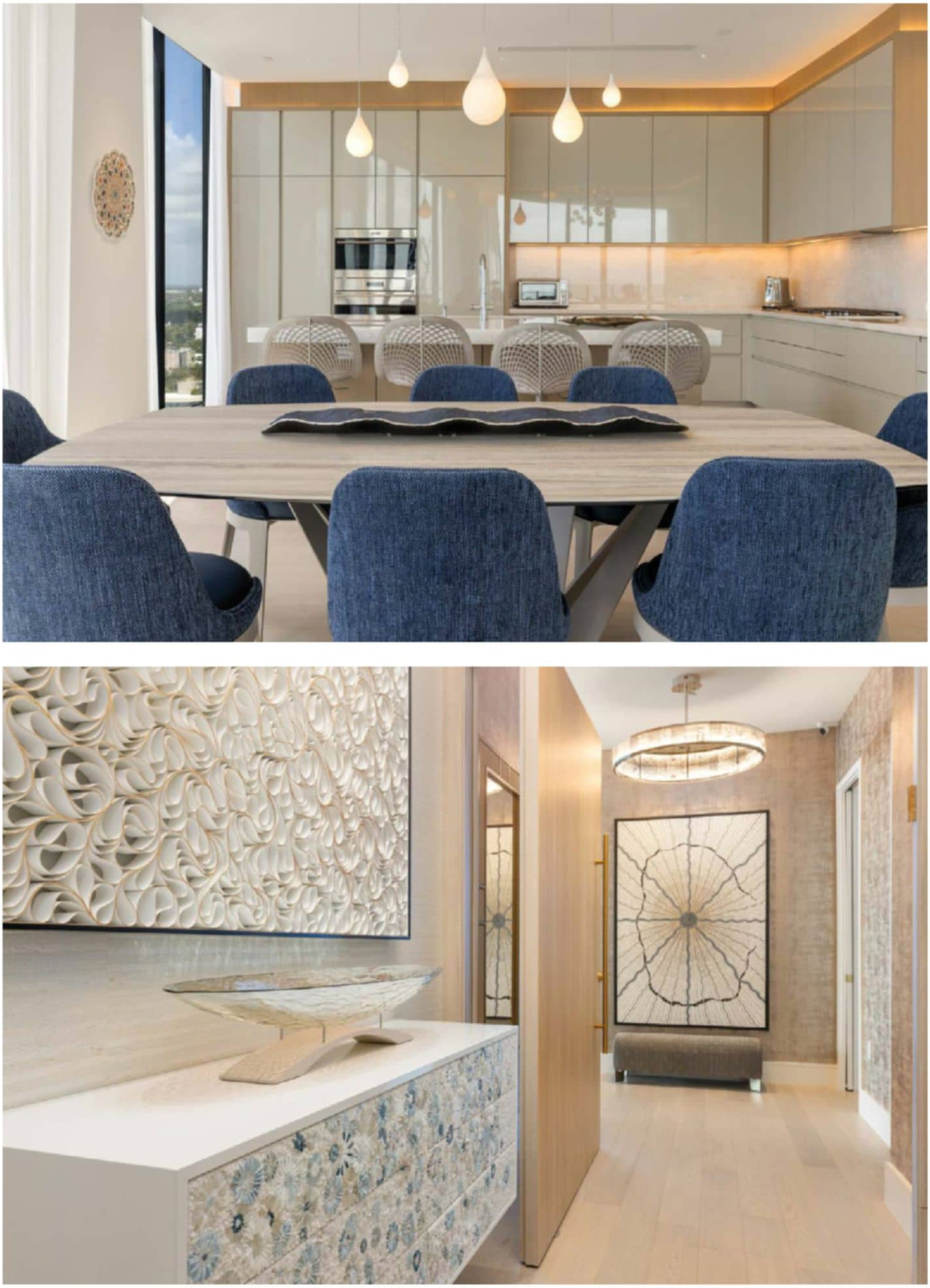
En Coconut Grove, donde la arquitectura parece abrirse paso entre la vegetación tropical y el horizonte líquido de Miami, este penthouse en el exclusivo conjunto residencial Park Grove encuentra su verdadera fuerza en una premisa clara: dejar que el agua conduzca la narrativa del espacio. La renovación, a cargo de Eleonora Crocetti Fraioli, fundadora de Fraioli Interiors, se plantea como una composición sensible en la que cada material, textura y reflejo participa de una misma historia. El entorno no queda limitado a la vista panorámica: se convierte en el punto de partida de una atmósfera que traduce el paisaje en lenguaje interior.

"Para esta propiedad, queríamos compartir al 'personaje principal' del entorno: el agua, el mar y la forma en que se infiltra dentro del espacio", explica la diseñadora. Esa premisa ordena cada decisión del proyecto: la Cuarcita Crystallo, los cristales, los acentos de pan de oro y las superficies espejadas funcionan como una extensión del paisaje exterior, creando una atmósfera donde el interior parece responder al movimiento de la luz y del océano. Así, el mar no solo se contempla desde las ventanas; también se percibe en los brillos, las transparencias y la suavidad mineral de los acabados.

> Como ocurre con una prenda impecablemente construida, el valor del espacio está, principalmente en la proporción, textura, luz y una elegancia contenida.

La lectura narrativa del proyecto dialoga con una conversación presentada junto a Vogue durante la temporada de festivales de cine, entre el Miami Film Festival y el Festival de Cine de Venecia, donde Fraioli Interiors exploró la relación entre interiorismo y narrativa visual. La conexión resulta natural: tanto el cine como el diseño de interiores construyen atmósferas capaces de provocar emociones a través de la luz, la composición, los materiales y el ritmo con el que cada elemento aparece en escena. En este penthouse, esa sensibilidad se traduce en un espacio donde nada parece accidental. Cada pieza funciona como parte de una secuencia

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

doméstica: la vista, la piedra, el arte, la iluminación y los textiles participan de una misma trama sensorial.

Ese enfoque también revela uno de los pilares de Fraioli Interiors: la creación de espacios profundamente personalizados. Para el estudio con sede en Florida, el lujo no reside únicamente en la selección de materiales excepcionales o en la ejecución impecable, sino en la capacidad de traducir la identidad del cliente en un entorno hecho a su medida. Cada proyecto comienza con una lectura cercana de sus preferencias, aspiraciones y estilo de vida, para convertir esas ideas en interiores que se sienten únicos, precisos y emocionalmente propios.

Desde esa mirada, la renovación se suma de manera natural a una sensibilidad que hoy atraviesa tanto la moda como el interiorismo: el minimalismo depurado y el llamado lujo silencioso. Aquí, la personalización no se expresa a través del exceso, sino de decisiones sutiles

El mar no solo se contempla desde las ventanas; también se percibe en los brillos, las transparencias y la suavidad mineral de los acabados.

y profundamente intencionales. La sofisticación aparece en la precisión de los acabados, en la riqueza táctil de los materiales y en una paleta que privilegia la calma. Como ocurre con una prenda impecablemente construida, el valor del espacio está en aquello que se percibe antes de explicarse: proporción, textura, luz y una elegancia contenida.

La iluminación refuerza esa sensibilidad. En la cocina, los colgantes de alabastro de Design Atelier Alain Ellouz aportan una luminosidad suave y envolvente; en la sala, la lámpara Medusa Bloom de Ochre, con sus gotas de vidrio soplado, introduce una cualidad casi líquida. El mobiliario equilibra esa materialidad reflectante con bouclés, linos y textiles cálidos, dando al conjunto una sensación de sofisticación habitable.

Entre los detalles más elocuentes destacan la cómoda Ercole Milano, personalizada en laca blanca helada, vidrio azul francés y madreperla, y el tocador espejado del dormitorio principal, cuyos tiradores replican el patrón del revestimiento textil de las paredes. Son gestos que revelan la precisión narrativa del proyecto y la vocación custom-made del estudio: cada pieza amplía la lectura del espacio sin interrumpir su fluidez.

El resultado es un penthouse sereno, táctil y luminoso, donde el agua deja de ser una vista para convertirse en presencia. Una renovación que transforma el interior en una prolongación sensorial del paisaje y convierte la residencia en una experiencia cuidadosamente narrada.

Revistas.PeruRadio.net.pe

GLOW machine

La tecnología dejó de vivir en clínicas y consultorios. Hoy, algunos de los tratamientos estéticos más avanzados viven en un cajón del baño.

ALTA TECNOLOGÍA
Desde arriba, en sentido horario: PureLift Face, de PURELIFT LAB*; Ziip Halo, de* ZIIP*; Bear 2, de* FOREO*; Cryoglow Mask, de* SHARK BEAUTY; *Age-R Booster Pro*, de MEDICUBE; *Radiant Renewal Skincare Wand, de* SOLAWAVE.

ARTE: STEPHANIE RAMÍREZ (@WNOEH). DISPONIBLES EN TIENDAS DEPARTAMENTALES Y SITIOS WEB.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ANITA CALERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Donde habita la memoria

Entre fibras, barro y saberes heredados, Litoral reivindica el valor cultural del Pacífico colombiano. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.

En la actualidad, hay un acto que parece profundamente revolucionario: preservar. Preservar una técnica. Un oficio. Una historia. Una forma de entender el mundo.

Esa es la esencia de Litoral, un proyecto nacido en Cali que busca resignificar las artesanías del pacífico colombiano no como piezas de folclor o recuerdos turísticos, sino como expresiones de arte, identidad y memoria colectiva. Un acto de rebeldía contra el tiempo.

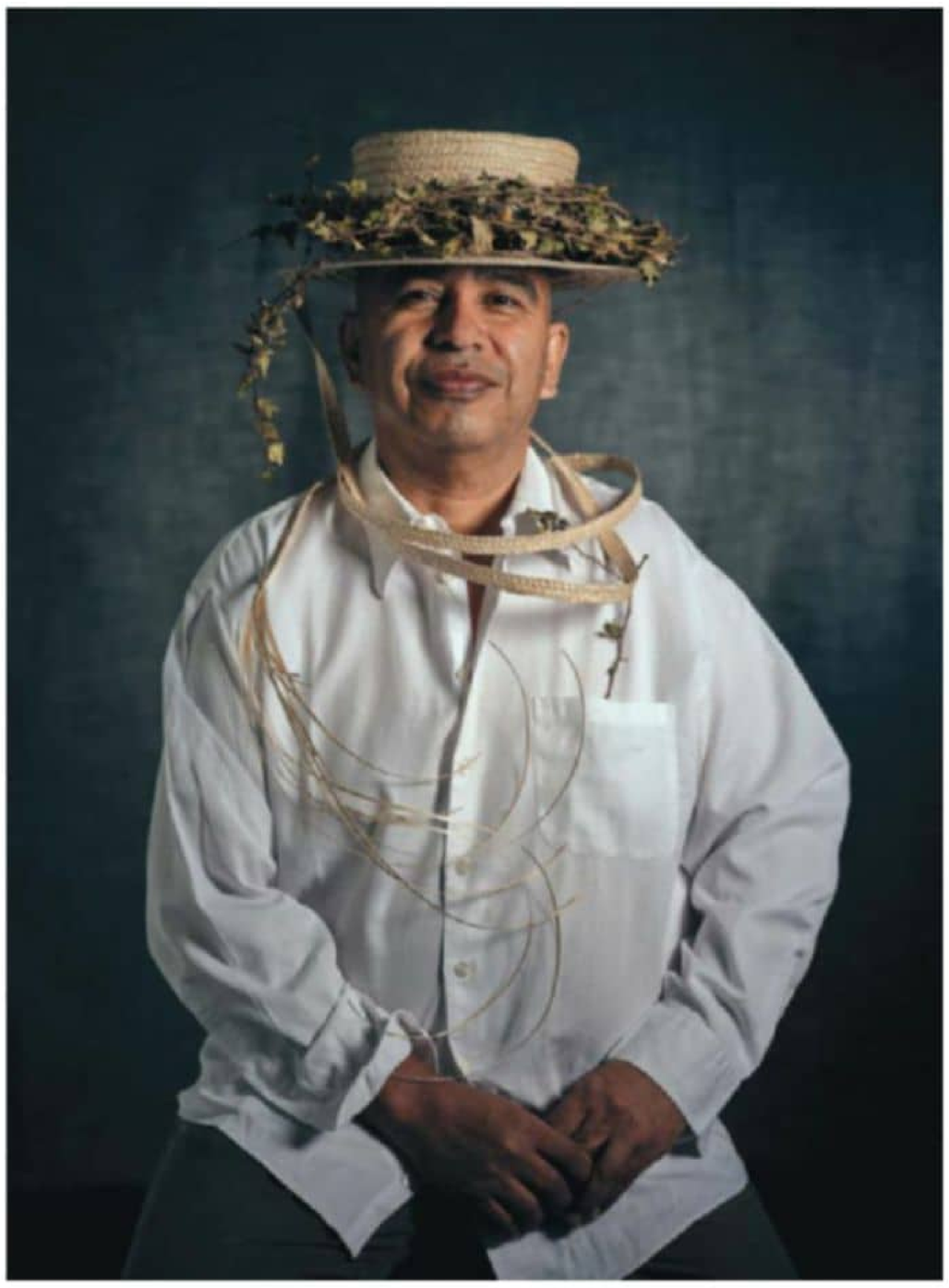
Durante años, las narrativas alrededor del Pacífico han estado marcadas por estereotipos que rara vez alcanzan a reflejar la profundidad de sus saberes. Pero detrás de cada tejido, cada pieza de barro y cada fibra trenzada existe una historia que habla de territorio, resistencia y herencia cultural. Desde los sonidos de los cununos y las marimbas hasta las manos que moldean el werregue, el Pacífico colombiano tiene una grandeza que pocas veces ha sido contada como merece.

Taliana Vargas lo entendió desde que llegó a Cali, hace más de once años. "Litoral nace de una observación: el Pacífico colombiano es una región que no ha sido contada con la grandeza que merece", afirma. "Quería encontrar una manera de mostrar su belleza, su sofisticación y el valor real de sus oficios ancestrales". No desde el folclor. No desde lo exótico. Desde la belleza y desde el respeto.

Más que una plataforma comercial, Litoral funciona como un espacio de encuentro entre generaciones. Un lugar donde el conocimiento pasa de mano a mano, donde los maestros artesanos forman nuevos aprendices y donde técnicas ancestrales encuentran nuevas posibilidades sin perder su esencia. En ese diálogo entre pasado y futuro reside gran parte de la fuerza de este proyecto.

TEJER EL FUTURO
En página opuesta: Patricia Hurtado, Maestra Artesana en Tejeduría.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Cada objeto que habita Litoral es el resultado de décadas, y en muchos casos siglos, de conocimiento acumulado. Las fibras de werregue tejidas por la comunidad Wounaan, no son únicamente materia transformada en diseño: son una manifestación tangible de una memoria que ha sobrevivido desplazamiento, cambios sociales y transformaciones económicas.

Desde 2024, Litoral ha impactado a más de 400 maestros, maestras y aprendices en Cali, construyendo un ecosistema que impulsa la sostenibilidad de los oficios tradicionales mientras genera nuevas oportunidades para quienes los practican. Estas historias demuestran que estas artesanías no pertenecen al pasado. Todo lo contrario, pueden convertirse en una herramienta de transformación social para el futuro.

"La rebeldía humana encuentra su punto máximo en el arte", asegura Vargas. Litoral demuestra que también puede encontrarse en unas manos que tejen, en una tradición que se comparte y en una comunidad que decide preservar aquello que la hace única. Porque cuando el arte nace de la memoria y el territorio, deja de ser únicamente una expresión estética para convertirse en un legado. Y ese legado merece ser honrado, protegido y celebrado.

LAS MANOS DE LA MEMORIA Arriba, desde la izquierda: José Jimmy Muñoz, Maestro en Tejeduría; María Lucila Peña, Maestra en Tejeduría. En página opuesta: Deira Tomasa Quiñones, Maestra en Cestería.

ANITA CALERO (2).

Revistas.PeruRadio.net.pe

ANITA CALERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ARMONÍA VISUAL

El arte de ser anfitrión es un acto de amor. Dioriviera, presentada por Dior Maison lo entiende mejor que nadie. Con las palabras de MARÍA VILLARREAL.

CORTESÍA DE DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Cómo recibes a las personas en casa es un acto de amor. No en el sentido grandioso de la frase, sino en el lado más cotidiano: la forma en la que pones la mesa, la decoración que los acoge, el olor que los envuelve. Son gestos pequeños que dicen algo sobre cómo quieres que se sienta la gente cuando está en tu casa. Sobre lo que consideras que merece ese momento.

Dioriviera Maison entiende exactamente eso. La colección no pretende decorar espacios, sino habitar momentos: la cena que empieza tarde y termina cuando nadie quiere irse, la tarde de verano que se estira porque nadie tiene prisa, el desayuno que de repente se convierte en el mejor rato del día. Todo en ella tiene la temperatura de eso que los franceses conocen como *art de vivre* y que en realidad no es más que tomarse en serio el placer de estar bien en casa.

La colección se pinta de una paleta de colores similar a un atardecer en la costa y la sensación de algo que ya conoces pero no habías visto así antes. Los estampados, los colores, las texturas: todo evoca ese tipo de verano que no depende del destino sino del estado de ánimo. El que ocurre cuando estás exactamente donde quieres estar, con exactamente quien quieres tener cerca.

Lo que hace especial a estos objetos no es que sean piezas de colección, sino que son piezas de uso. Para sacar, no para guardar. Para la mesa de los martes y para cuando celebras un día especial. Un hogar que se construye con ese criterio, poco a poco, pieza por pieza, termina siendo el lugar al que siempre quieres regresar. Y eso, es lo único que importa en una casa.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Historias de cuento

Un sueño, un pastel y una historia de amor que se sostiene en el tiempo.
Con la fotografía de SOFÍA GONZÁLEZ y las palabras de ODETTE OLAVARRI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

UN DULCE MOMENTO
Un postre que reúne sabores de la infancia y nuevas pasiones fue el momento perfecto para que Odette Olavarri y Chris hicieran en su boda lo que más les gusta junto a los que más aman: comer pastel.

Un sueño hecho realidad. Si yo les contara la cantidad de veces en mi vida que me imaginé qué haría de postre el día que me casara, no terminaría nunca. Difícilmente me lo creo ahora que veo las fotos. Y hoy les quiero contar por aquí cómo nace este pastel.

Cuando era niña, vivimos en Francia durante unos años. Cuando salíamos del colegio en las tardes, a todos los niños les daban a sus mamás media baguette con media barra de chocolate dentro. Mi mamá, sin tener esta costumbre, prefería llevarnos a la pastelería que estaba a una cuadra del departamento. Una patisserie que olía a pan recién horneado de 6 am a 6 pm. La vitrina de pasteles empezaba a la altura exacta de mis ojos, y recuerdo que en una de las filas de pasteles había un cochinito rosa. Siendo rosa lo que siempre escogía antes que nada, escogí el cochinito. Para mi buena suerte, terminó siendo mi pastel favorito. Fue uno de esos bocados que, al probarlo por primera vez, sientes que lo hicieron para ti. Era un *framboisier* de pistache, recubierto de pasta de almendra pintada de rosa para decorarlo finalmente de cochinito.

Años después conocí a Chris, el amor de mi vida. Al día siguiente de nuestra primera cita, lo invité a la boda de unas de mis mejores amigas, donde yo cocinaba unos bocadillos de postre. A la mitad de la noche, nos sentamos a platicar en una de las mesas y Chris empieza a probar los postres, uno por uno. Unos minutos después, me doy cuenta que yo llevaba un rato dando un monólogo y que él no contestaba, entonces le pregunté: "Te estoy aburriendo verdad?", volteó a ver el plato de postres, se me quedó viendo y me dijo: "No, solo no estoy creyendo lo que estoy probando". Los bocadillos de pistache y frambuesa habían desaparecido. Ahí supe que el pistacho era su sabor favorito. Además, resulta que él también vivió en Francia con su familia los mismos años que nosotros. Seguro que algún framboisier también le flechó el corazón en alguna patisserie.

Hace un año, cuando Chris me dio el anillo, nuestros amigos y familia nos felicitaron, pero no faltaba después la gran pregunta: "¿Y qué va a haber de postre en su boda?". Poco a poco fue aumentando la emoción -por no decir presión- al igual que empezó el proceso creativo que tanto disfruté. Lo único que no tenía duda, por supuesto, era cuál sería el sabor.

Para ejecutar este proyecto tan especial, decidí sumar a Ana Paula Loaiza, a quien siempre he admirado mucho por su gestión y dirección creativa en el mundo de la gastronomía. Después de varias juntas donde nos sentamos a pensar y dibujar, llegamos a una conclusión: el pastel sería alargado y no redondo.

El pastel terminó teniendo de 8 metros de largo por una razón muy específica: Chris y yo queríamos que el pastel fuera un postre que el sabor hablara de nuestras historias, pero que además fuera una excusa para crear un momento en la boda donde pudiéramos tener cerca a nuestros más queridos y hacer con ellos lo que más nos gusta: comer pastel. Al tener un pastel alargado, logramos poner 40 palas de pastel alrededor y hacer que todos los invitados se sirvieran en un mismo momento. Además, tengo que confesar que siempre he tenido un pequeño trauma: en los pasteles circulares, las rebanadas externas siempre saben mejor porque tienen más betún. En este caso, todas las rebanadas fueron como rebanadas externas pero con más pasta de almendra.

Con cada detalle, tanto en el sabor como en la presentación, logramos un momento que, igual que el cochinito de la niñez, quedará grabando en la memoria de todos los que estuvieron presentes, y especialmente de Chris y yo...

Revistas.PeruRadio.net.pe

En Colombia, el buñuelo ocupa un lugar privilegiado. Dorado, esférico y de interior suave, este bocado que aparece con fuerza durante las celebraciones, en especial durante el fin de año. Y es mucho más que una receta tradicional: es el resultado de siglos de encuentros culturales, migraciones e intercambios que terminaron por definir una parte esencial de la identidad de un país.

Para Fernando Peñuela, investigador gastronómico y consultor colombiano, el buñuelo forma parte de una tradición que probablemente llegó desde otros territorios y terminó por integrarse de manera natural al contexto local. "Los buñuelos se hacen en muchos lugares del país. Seguramente tienen algún origen español y también algo morisco por el tema de la fritura profunda", explica. En suelo neogranadino, sin embargo, la receta adquirió características propias. El uso de ingredientes como el almidón de yuca refleja la capacidad de adaptación de una preparación que encontró nuevas formas de expresarse en un territorio que baila a su ritmo.

Según Peñuela, la tradición se remontaría inicialmente a la región Caribe, una zona marcada por la convergencia de influencias árabes, africanas, indígenas y europeas. Pero así como el resto del país, todo partió de una gran mezcla, un proceso en donde se olvida el origen y todo se funde.

EL PAN DE COLOMBIA
Entre el almidón de yuca, las frituras heredadas y las reuniones de fin de año, el buñuelo dejó de ser una influencia para convertirse en una costumbre.

SUAVE COMO BUÑUELO

Su origen es lejano, pero su lugar en la mesa es indiscutible. Con la ilustración de STEPHANIE RAMÍREZ y las palabras de RAMÓN BARRETO.

Aunque existen versiones elaboradas con distintos ingredientes a lo largo del país, el buñuelo de queso tradicional ocupa un lugar privilegiado durante las celebraciones de Navidad y Año Nuevo. Servido junto a la natilla, forma parte de una de las combinaciones más reconocibles de la cocina colombiana y de los rituales familiares que acompañan el cierre de un ciclo y la promesa de seguir juntos en la misma mesa. "Definitivamente es un pan divino, ya super integrado a nuestra cultura, a los ingredientes y al paisaje", señala. Desde esta perspectiva, el buñuelo puede entenderse como un símbolo gastronómico del país andino, resultado de siglos de intercambios y rutas culinarias. Lo más interesante del buñuelo es que nadie parece demasiado preocupado por demostrar de dónde viene. Lo que permanece es la receta, repetida año tras año, generación tras generación, hasta hacerse uno con las papilas del colombiano y de quien visita esta tierra.

Tal vez esa sea la verdadera historia. No la del momento en que llegó una técnica, sino la del momento en que dejó de ser pensada como ajena. En algún punto del cuento, entre la fécula de maíz y el queso costeño saladito, se convirtió en una pasión gustativa de Colombia y un verdadero regalo (crujiente por fuera y suave por dentro) para el mundo entero.

Revistas.PeruRadio.net.pe

@WNOEH.

Revistas.PeruRadio.net.pe

¡QUÉ ORGULLO SOMOS!

Colombia es una fuerza con motor propio, impulsado por sus creativos y las tradiciones que los rodean. Con la fotografía de EMMANUEL MONSALVE y la realización de IVÁN DARIO RAMÍREZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

AL CUELLO
Las modelos colombianas Honey Ordoñez (izda.) y Keny Salgado (dcha.) luciendo vestidos de LAURA APARICIO*; collares Taller Embera Pamchin, por Rosa Aisama.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

PASEO COLONIAL
Ordoñez con vestido de KIKA VARGAS*; guantes de* BLOODY LABS*; zapatos de* DAMAYA*; pendientes de* SALVÁREA. *Salgado luce abrigo, saco, pantalón y zapatos, todo de* LA PETITE MORT*; sombrero de* METALERO*; pendientes de* ANDRÉS CARO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

ARTE URBANO
Salgado con vestido de FRANCESCA MIRANDA*; zapatos de* DAMAYA*; pendientes de* LYENZO. *Ordoñez luciendo saco de* LYENZO*; zapatos de* ANCA RAVELO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL TALLO
Top, pantalón y cinturón, todo de POLITE*; zapatos de* ANCA RAVELO*; pendientes de* ANDRÉS CARO*; collares de* MEMORIA ORFEBRE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

METÁLICAS
Ordoñez en top y falda, ambos de MELISSA DUQUE*; pendiente e* ear cuff*, ambos de* PAULA MENDOZA*. Salgado con saco y minifalda, ambos de* JOHANNA ORTIZ*; pendientes de* PAULA MENDOZA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DESDE LAS ALTURAS
Vestidos de SILVIA TCHERASSI*; zapatos de* DAMAYA*; Salgado con collar de* PAULA MENDOZA*; Ordoñez con gargantilla de* ANDRÉS CARO *y collar de* MEMORIA ORFEBRE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ETÉREAS
Salgado con top y falda, ambos de HEROICA. *Ordoñez con abrigo y vestido, ambos de* FRANCESCA MIRANDA. *Ambas con pendientes de* MEMORIA ORFEBRE*; collares y brazalete, todo de* PAULA MENDOZA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ALMAS REGIAS
Abrigos de SAAG*; zapatos de* DAMAYA*; tocados de plumas, de* SACHA BALMÉ*. En este reportaje: peinado, Daniel Londoño; maquillaje, Ivana Gualdron; asistentes de foto, Josh Salcedo, Felipe Gómez y Andrés Vega; asistentes de moda, Carolina Peña Alvílan, Lupe Triana y Gisela Romero; producción, Daniel Puentes Romero; asistentes de peinado y maquillaje, Paola Puentes y Fabián Rojas; asistentes de producción, Jessica Durán y Laura Marcela Mulett; utilería, S.V backdrops; locaciones, Open Studio, Plaza de mercado Paloquemao, Café de Rosita Historic Hotel & Café y Centro cultural La rosa Gastro Bar; directora de casting, Morgan Senesi; modelos, Keny Salgado y Honey Ordoñez.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Mientras prepara nuevos proyectos, Eiza González parece tener algo claro: objetivo ya no es solo abrirse camino en Hollywood, sino ampliar el camino para quienes vendrán después. Con la fotografía de DIEGO BENDEZU, la realización de DENA GIANNINI y las palabras de CAMILA COLINA.

OTRA FRONTERA

Revistas.PeruRadio.net.pe

COMUNIDAD
Eiza González –luciendo top y short, ambos de WILLY CHAVARRIA*; bóxers de* DOLCE & GABBANA*; zapatos de* JUDE*; joyería de* DAVID YURMAN*– con Sonia Castillo, Mark Marquez, Laura V. Naula, Alyce Duran, Amy Duran, Evelyn Meza (Spooky) y Vanesa Merino.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Son ya doce años desde que Eiza González tomó la decisión de dejar México y todo lo que aquí había construido para mudarse a los Estados Unidos y empezar desde cero. Desde entonces, la actriz mexicana ha construido una carrera de relevancia internacional en una industria que ha atravesado varios cambios significativos en la última década, muchos de los cuales implican un reto adicional para quienes ya de por sí forman parte de un grupo minoritario. Desde el nacimiento del *streaming*, pasando por tres grandes huelgas en Hollywood y un clima político que baila entre extremos, el camino de Eiza González en el mundo del cine y la televisión desde que llegó a Estados Unidos no ha sido una línea recta. "Crear momentum [entre tantos cambios] es difícil porque hemos tenido que adaptarnos constantemente al entorno", comenta. Y, sin embargo, eso no le ha impedido formar parte de numerosos proyectos internacionales en los que ha interpretado a una gran variedad de personajes, desde Fran en *I Care a Lot* hasta Marjorie Stewart en *The Ministry of Ungentlemanly Warfare* e Irasema en la serie *La Máquina*, muchos de los cuales representan los desafíos a los que se enfrentan las mujeres contemporáneas con las que ella misma se identifica.

Cada día, la carrera de Eiza González como actriz parece llegar a nuevos horizontes. La chica que estudió en el CEA (Centro de Educación Artística de Televisa) y comenzó su carrera a los 13 años en la televisión mexicana es ahora una mujer capaz de enfrentarse a retos cada vez más demandantes en el mundo del cine internacional. Recordando con orgullo el inicio de su carrera, González se ha propuesto representar a su país de origen desde una perspectiva que lo enaltezca y muestre lo mejor de él; de ahí que haya rechazado en tantas ocasiones la invitación a participar en la narrativa bélica del narcotráfico que tanto éxito ha tenido en el resto del mundo. "Para mí, México lo es todo", comentó la actriz a *Vogue* hace un par de años, cuando lanzó el proyecto *La Máquina* de la mano de Gael García y Diego Luna. "Me enfoco en lo que tengo control; que la elección de mis personajes enaltezca a mi país, a la mujer latina, a las mexicanas". Y conforme su trayectoria conquista nuevos territorios, ella asegura que nada de eso ha cambiado.

Sin embargo, su participación en más de veinte proyectos en inglés con presencia en todo el mundo la inspira a seguir creciendo como actriz más allá de su nacionalidad. "Yo no me identifico solo con mi nacionalidad", comenta la actriz, "también me identifico con mi esencia, con las cosas que me apasionan. Entonces elijo proyectos pensando con qué me identifico o qué me apasiona emocionalmente dentro del proyecto". Por supuesto, sus principios cimentados en el orgullo de ser mexicana no se pelean con su ambición para seguir creciendo como actriz representando roles cada vez más diversos cuyos retos también reflejan, de una u otra forma, los mismos problemas a los que se enfrenta ella como mujer. "Hay mucha gente que nunca tiene que pensar [en los papeles que interpreta], pero yo sí tengo que pensarlo porque formo parte del pequeño porcentaje de mujeres que ha tenido la oportunidad de cruzar la frontera y eso, de alguna forma, me da la oportunidad de cambiar los estereotipos negativos que nacen de la ignorancia. Entonces, al ser una actriz mexicana con presencia internacional, inmediatamente tengo una responsabilidad de representación que no necesariamente elegí, pero de la que me enorgullezco".

Para quienes han seguido la carrera de Eiza González desde sus inicios, cuando apareció en las telenovelas mexicanas *Lola: Érase una vez*, *Sueña conmigo* y *Amores verdaderos*, es evidente cómo el desarrollo personal de la actriz se ha reflejado también en sus proyectos profesionales. González pasó de interpretar adolescentes enamoradas a dejar todo lo que había construido en su país para

LA JEFA
En página opuesta: chamarra de piel, de LORENA SARAVIA*; saco de* FERRAGAMO*; aros, cadena con dije y anillos, todo de* DAVID YURMAN.

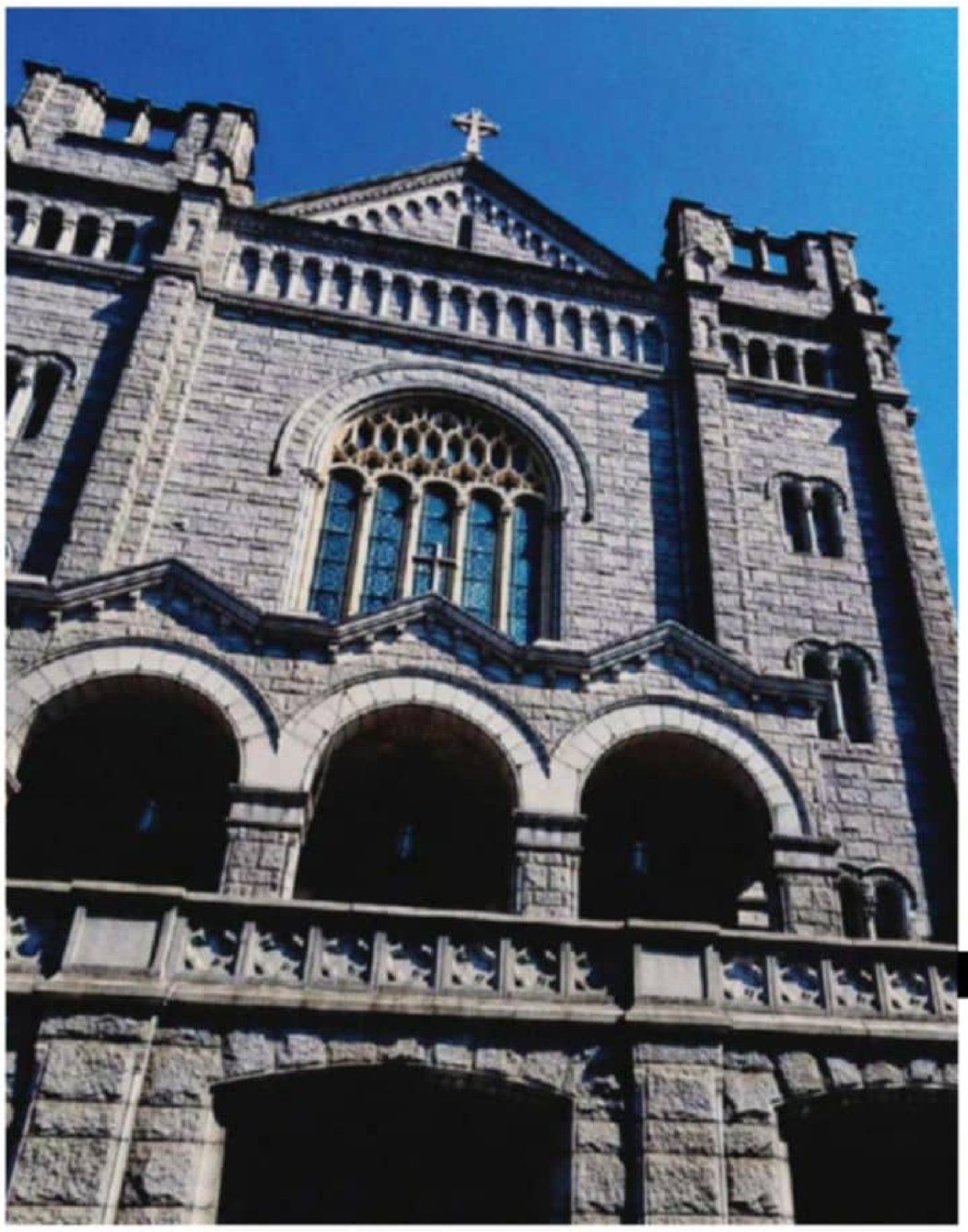
Revistas.PeruRadio.net.pe

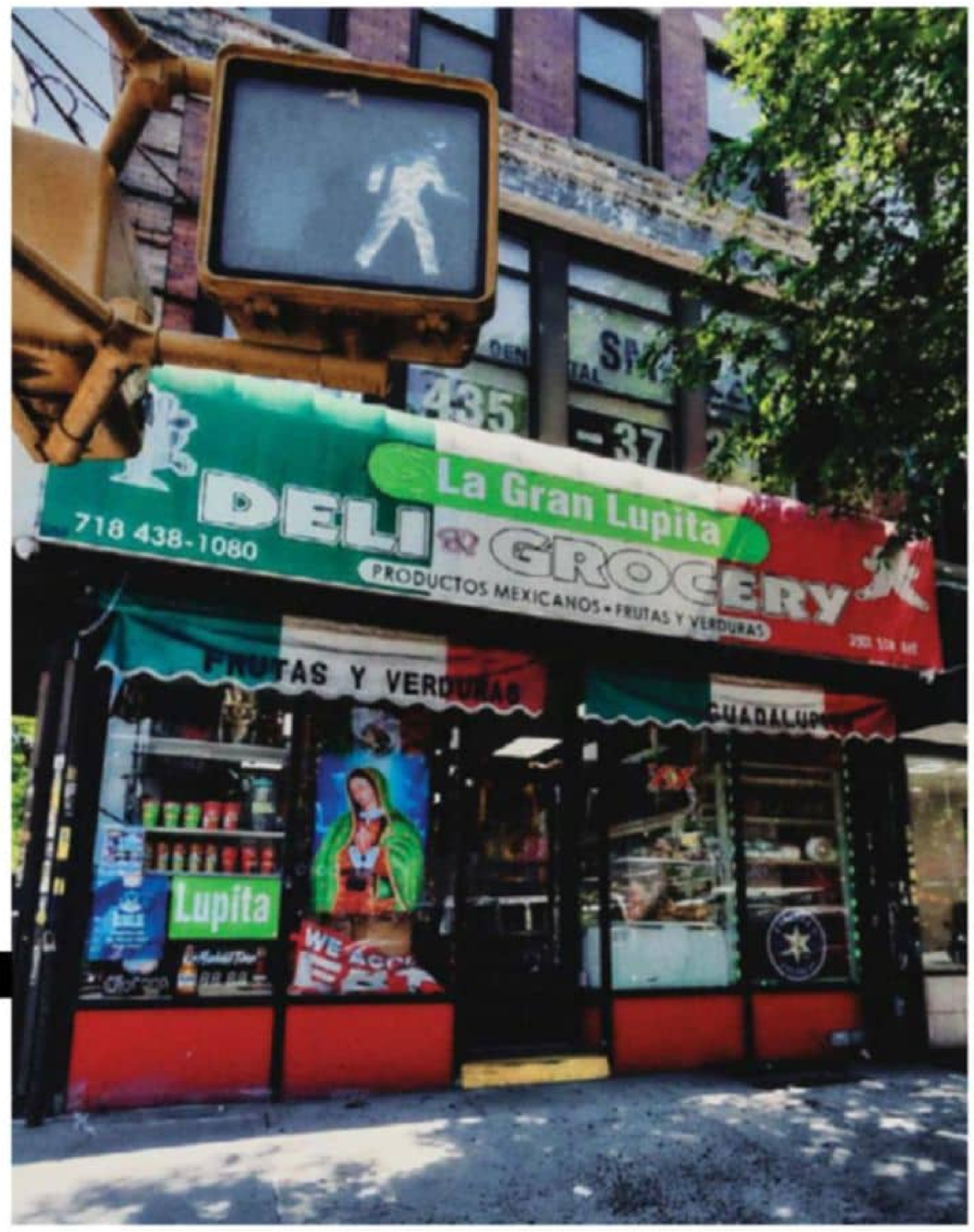
Revistas.PeruRadio.net.pe

ALMA MEXICANA
Chamarra de WILLY CHAVARRIA*; falda de* TELFAR *joyería de* DAVID YURMAN. *En página opuesta: saco, chaleco y pantalón, todo de* POLO RALPH LAUREN*; camisa de* PRADA*; cinturón de* CLARIS VIROT*; zapatos de* CHANEL*; joyería de* DAVID YURMAN.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe





LOCALIDAD
Arriba: postales del barrio Sunset Park, en Brooklyn, Nueva York, conocido por su población mayormente mexicana y chicana. Fotografías tomadas con Ray-Ban Meta. En página opuesta: top y pantalón, ambos de CHLOÉ*; cadena con dije, de* DAVID YURMAN.
Fotografía tomada con Ray-Ban Meta.

empezar de cero en otro lugar, y la mujer en la que se ha convertido después de casi veinte años se proyecta en los últimos papeles que ha elegido. De pronto, la vemos en pantalla representando a mujeres como Agustina Salazar en la serie de Netflix, T*he 3 Body Problem*, donde ella no solo es una mujer latina que migró, sino también la persona más inteligente en su entorno. Conseguir un papel así no es sencillo, ya que plantea nuevas narrativas donde las mujeres latinas ocupan espacios diversos que van más allá de los estereotipos, cambiando nuestra presencia frente al mundo. "No hay muchos hombres directores escribiendo personajes femeninos donde ellas siempre sean la persona más inteligente en el cuarto", comenta la actriz cuando hablamos sobre su personaje como Rachel en la película *In the Grey*, donde actúa junto a Henry Cavill y Jake Gyllenhaal. "El hecho de que Guy haya creado el personaje de Rachel pensando en mí hace una gran diferencia", y seguimos conversando sobre cómo estos nuevos papeles le permiten seguir representando en alto a las mujeres latinas a través de mostrar que su talento como actriz mexicana está a la altura del cine internacional. Por ejemplo, el personaje de Janie John que interpretará en su próxima película *Iron Jane*, que trata sobre una mujer que se adentra en un mundo dirigido principalmente por hombres mientras intenta hacerse un nombre como mujer ambiciosa que destaca en la industria.

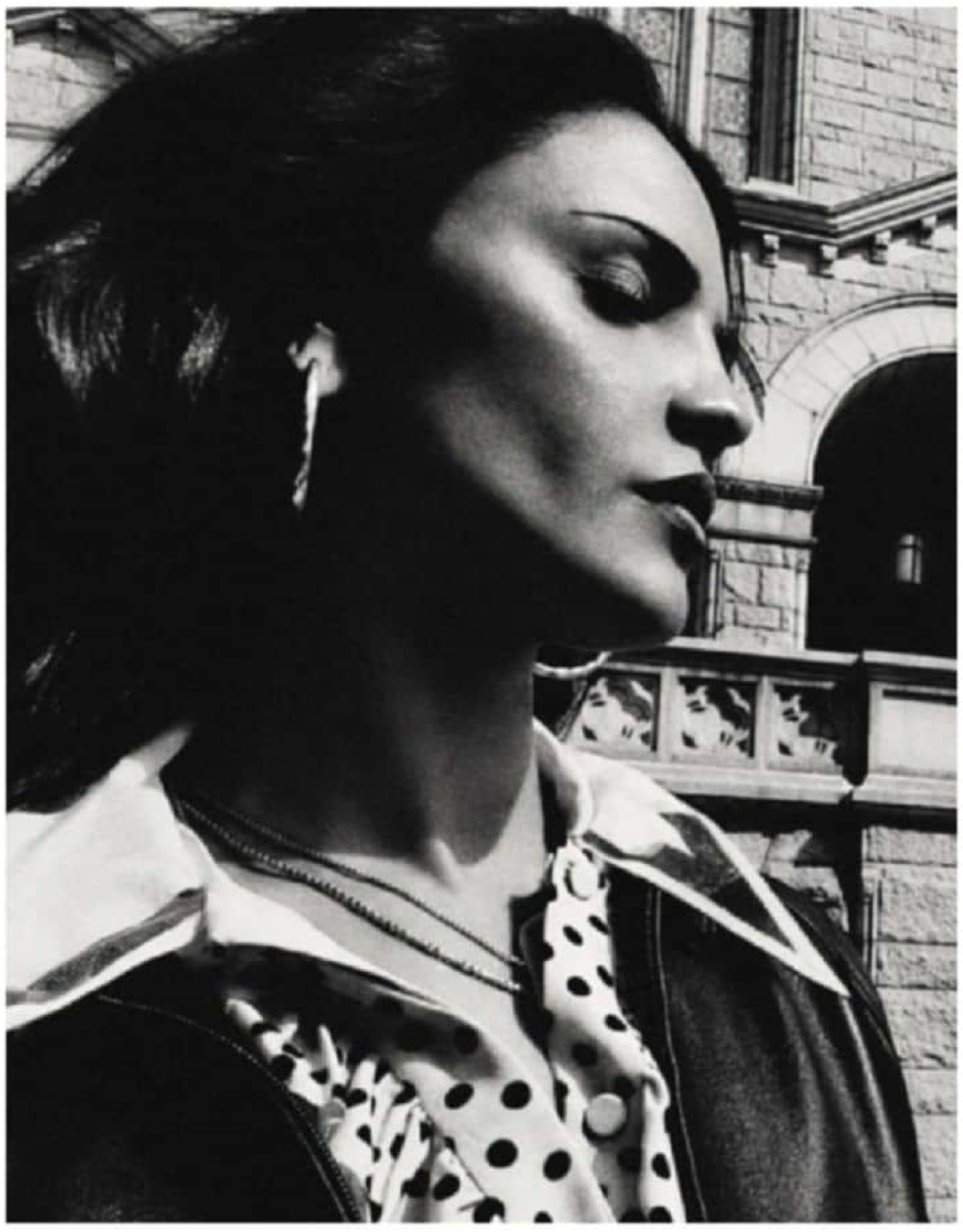
En muchos sentidos, la carrera de Eiza González también refleja una conversación más amplia sobre lo que significa ser una mujer latina en Hollywood hoy. Durante décadas, las actrices latinoamericanas se enfrentaron a una industria que les ofrecía un número limitado de posibilidades: personajes definidos por sus raíces, por estereotipos de hipersexualización o por narrativas vinculadas a la violencia y la marginalidad. Para una generación anterior, simplemente obtener visibilidad ya representaba una conquista. Sin embargo, para quienes han llegado después, el desafío ya no es únicamente aparecer en la pantalla, sino en ampliar el rango de historias que pueden contar. En ese contexto, la carrera de González resulta particularmente interesante porque ha transitado de ser percibida como una actriz mexicana que trabaja en Hollywood a convertirse en una actriz internacional que, además, es mexicana. La diferencia parece sutil, pero implica un cambio en la forma en que se entiende la representación. Ya no se trata únicamente de abrir una puerta para quienes vienen después,

Revistas.PeruRadio.net.pe

SE SIENTE FAMILIA
Chaleco y capri, ambos de LOUIS VUITTON*; zapatos de* MANOLO BLAHNIK*; joyería de* DAVID YURMAN.
Bicicletas por Vanesa Merino y Evelyn Meza (Spooky), ambas fotografiadas aquí.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe



sino de demostrar que el talento puede existir fuera de las categorías tradicionales con las que la industria ha clasificado históricamente a las mujeres latinas. Quizá por eso muchos de sus personajes recientes comparten una característica en común: son mujeres cuya identidad no está determinada exclusivamente por su origen. Son científicas, estrategas, sobrevivientes o líderes que ocupan el centro de la historia sin necesidad de justificar constantemente quiénes son. En una industria donde la representación todavía está en construcción, esa normalización también juega un papel importante.

El siguiente paso en su carrera será dar el salto de actriz a productora con el proyecto sobre María Félix. Cuando le pregunto, Eiza González menciona que se siente muy cercana a la actriz del cine de oro mexicano porque ella también fue criticada incansablemente por ser ella misma. "Llega un punto donde me he dicho a mí misma: 'No soy monedita de oro para gustarle a todo el mundo', yo simplemente puedo seguir sintiéndome orgullosa de ser mexicana y de mis logros como actriz. Me sigo sintiendo orgullosa y sigo tomando la responsabilidad de representar moralmente lo mejor posible a mi cultura", concluye.

El conflicto de la mujer contemporánea es uno con el que Eiza González conecta profundamente. Cuando eres mujer (y, además, una que forma parte de un grupo minoritario, aclara), el éxito viene con algunos efectos colaterales, como las críticas de las personas a quienes simplemente no les gusta ver a una mujer hablar en voz alta.

Quizá por eso, después de más de una década construyendo una carrera fuera de México, Eiza González sigue regresando una y otra vez a la misma idea, pero cada vez con más profundidad: Sí, la representación importa, pero no como una carga, sino como una posibilidad. La posibilidad de que una actriz mexicana ocupe espacios que antes parecían inalcanzables. La posibilidad de que las nuevas generaciones encuentren referentes distintos. Y la posibilidad de demostrar que el talento no tiene nacionalidad, aunque las raíces siempre permanezcan. Mientras prepara nuevos proyectos frente y detrás de la cámara, González parece tener claro que su objetivo ya no es únicamente abrirse camino en Hollywood, sino ampliar el camino para quienes vendrán después. Y viendo todo lo que ha logrado hasta ahora, nos ilusiona imaginar el mundo de posibilidades con el que nos sorprenderá en los próximos años.

COMO EN CASA
Arriba, izda.: González luciendo chamarra y vestido, ambos de PRADA, *y joyería de* DAVID YURMAN*; arriba, dcha.: una tienda de botas y sombreros tradicionales. Ambas fotografías tomadas con Ray-Ban Meta. En página opuesta: saco, pantalón y pañuelo, todo de* GIVENCHY*;* tank top *de* FOUNDATIONALS*; zapatos de* SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO*; cinturón de* NOUR HAMMOUR*; joyería de* DAVID YURMAN. *Fotografía tomada con Ray-Ban Meta. En este reportaje: peinado, Evanie Frausto; maquillaje, Mia Jones; manicura, Megumi Yamamoto; asistentes de foto, Brandon Abreu, MJ Noroña y Jordan Martinez; asistentes de moda, Emma Sacco, Jake Held y Kimi Ehsan; digitalización, Justin Mulroy; producción, Billy Kiessling y Malcolm Khaldi/Modem Creative; coordinador de producción, Dino Kuznik; director de entretenimiento, Sergio Kletnoy; talento, Eiza González.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

DES-VISTIEND

Revistas.PeruRadio.net.pe

Más allá de sus célebres cuerpos, Fernando Botero construyó un universo donde la ropa, las telas y el color ayudaron a definir personajes, emociones y relatos. Su hija Lina Botero y el curador Camilo Castaño revelan una faceta menos explorada de su legado. Con las palabras de RAMÓN BARRETO.

O A BOTERO

Revistas.PeruRadio.net.pe

Botero es sinónimo de volumen. Esos cuerpos monumentales que se convirtieron en una de las firmas visuales más reconocibles del arte contemporáneo. Sin embargo, detrás de cada personaje existe otro lenguaje igual de importante: el de la ropa.

Vestidos de flores, uniformes militares, trajes religiosos, sedas, encajes, armaduras y abrigos aparecen una y otra vez en su universo pictórico. La representación no es casual, como tampoco son elementos que le ayudaban a construir sus personajes, ciertas narrativas y atmósferas. La moda, en Botero, sigue siendo memoria, color y representación. Para Lina, hija del artista, el origen de ese imaginario se encuentra en la infancia de su padre. "El tema central de la obra de Fernando Botero siempre se basó en sus recuerdos, en su memoria, de su niñez y su adolescencia, creciendo en ese mundo, un poco de provincia, que fue Medellín entre los años 30 y 40", explica. Botero nació en 1932 y dejó Medellín siendo todavía muy joven. Sin embargo, aquel universo permaneció intacto en su pintura durante décadas. "Esos recuerdos que él tiene de lo que fue su niñez y adolescencia en Colombia son los que están reflejados permanentemente en sus cuadros y, por lo tanto, el vestuario de las mujeres que hacen parte de su obra reflejan un poco lo que fue ese tiempo, los usos de ese entonces", señala Lina. "Y obviamente para mi padre, que fue un gran colorista, esto le permitió muchísimas posibilidades desde el punto de vista del color, en el juego de luces, en los escenarios".

VOLUMEN EN CUERPO Y TELA
Abajo: Después de Rafael, La Fornarina (2013). *En página opuesta:* Después de Velásquez (2005). *En páginas 100 y 101: Fernando Botero en su estudio.*

Es esa relación entre indumentaria y pintura uno de los aspectos que más ha estudiado Camilo Castaño Uribe, curador e investigador del Museo de Antioquia. Para él, la moda constituye una de las grandes claves de lectura de la obra boteriana. "La relación entre la obra del maestro y la ropa y la moda es profunda", afirma. "Los tipos de vestuarios van a ser fundamentales". Castaño recuerda que incluso *Vogue Paris* encargó a Botero una serie de ilustraciones en 1981 para interpretar las colecciones de alta costura de la temporada a través de sus curvilíneos personajes. "Además el maestro siempre fue un tipo muy bien vestido, alguien que transmitía elegancia", comenta. Es así como la vestimenta fue una herramienta que le permitió al pintor fortalecer todas esas narrativas visuales que construía con la fuerza del pincel o en la tridimensionalidad. "El mostraba personajes que tenían que ver con el mundo cotidiano o con el poder, en una época también hizo énfasis en las texturas, en los velos", señala Castaño.

El curador recuerda que hay un dibujo "muy bonito", donado por el mismo maestro al Banco de la República en Bogotá: "un retrato de su mamá y se ve que está cosiendo". Lejos de ser un detalle anecdótico, la presencia de la ropa atraviesa toda su obra. Desde los almacenes de telas que pintó en sus primeros años hasta las damas vestidas de seda, los personajes religiosos cubiertos de terciopelo o los monarcas envueltos en pieles, la indumentaria se convirtió en una herramienta para añadir color, volumen y carácter. "En ese mundo provocativo y sensual, que construye a lo largo de toda su vida, vemos que la ropa, esa noción de moda, es otro personaje más", asegura Castaño.

La observación también es particularmente reveladora porque permite entender que Botero no solo pintaba cuerpos; pintaba entidades; pintaba unos ojos cómplices, la caída de una cortina de tela, el brillo de una armadura o la suavidad de una piel. "Tú puedes identificar qué tipo de tela es, si es seda, si es piel", explica el curador. "Porque cada vez que él estaba haciendo uno de esos objetos que constituyen un personaje, estaba construyendo una sensación de grandeza o de sensibilidad".

Quizá por eso la obra de Botero sigue conectando con públicos de distintas generaciones y geografías. Porque detrás de la aparente simplicidad de sus imágenes existe una construcción visual profundamente humana. "Mi padre siempre decía que el arte debe hablar directamente al público", recuerda Lina. "Sus obras de arte hablaban con franqueza, no necesitaban de una interpretación ni una explicación para ser entendidas. Eso es lo realmente universal".

Desde ese Medellín protegido por las montañas, desde los recuerdos de una Bogotá de mediados del siglo XX, Fernando Botero creó así un lenguaje capaz de ser comprendido en cualquier lugar del mundo. Un universo donde los cuerpos redondos, ataviados con vestidos, trajes y bordados no son simples ornamentos, sino fragmentos de la memoria colectiva, plasmados en pintura. En las manos de Botero, la moda nunca fue únicamente una cuestión de apariencia: fue otro canal más para contar historias.

El maestro construyó un mundo propio y lo habitó durante más de siete décadas con una convicción inquebrantable. Un mundo donde los reyes podían caminar por Medellín, donde las referencias a la historia del arte convivían con escenas domésticas y donde el humor nunca perdió terreno frente a la complejidad.

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

“En ese mundo provocativo y sensual que construye a lo largo de toda su vida, la ropa, la moda, es otro personaje más”.

D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En este duelo por la creatividad, por mi oficio y por todo lo conocido, empecé a preguntarme sobre el futuro. ¿Quiénes somos frente a IA? Con las palabras de CAMILA COLINA.

Elemento Humano

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

ueno, parece que este es el final. ¿Para qué seguir escribiendo? Eso pensé cuando usé la Inteligencia Artificial por primera vez. Le pedí que escribiera una carta de amor solo para ver qué sensaciones era capaz de evocar en mí con su lenguaje predictivo. El resultado no solo fue mejor de lo que pensé, sino que el chat terminó por encantarme con su carisma.

Entonces me quedó realmente clara la magnitud del impacto que tendría la IA en los oficios creativos, como el mío. Tomar fotografías, escribir ensayos, traducir poesía, animar un cortometraje, componer una canción… todas estas formas de expresión que para muchos de nosotros implican horas de tiempo, tolerancia a la frustración, educación y emociones fuertes, de pronto pueden conseguirse en menos de un minuto por una máquina que tiene acceso a toda la información del internet. La película *Her* de Spike Jonze de pronto se sintió demasiado tangible, solo que en esta realidad la IA también escribe las cartas de amor.

Caí en un bajón considerable que rozó las esquinas de la depresión. De pronto, todo lo que había aprendido a hacer por años sería automatizado para lograrse en segundos; era imposible que una parte de mí no sintiera cierta resistencia. En este duelo por la creatividad, por mi oficio, y por todo lo conocido, empecé a preguntarme sobre el futuro de la creatividad. ¿Qué pasaría con las personas que, como yo, perderían su lugar en el mundo? El futuro, tan vasto en sus posibilidades, me abrumó en una imposibilidad para pensar en alternativas que se sintieran reales. Así que me acerqué a personas que entendieran mejor lo que estaba sucediendo.

Aunque nos hable bonito y su complaciente carisma nos engañe, lo primero que Armando Sobrino, creador de iAtelier, me ayudó a entender fue que la IA no es una persona, ni una amiga, ni una psicóloga: es una herramienta. Y así como podemos usar un martillo como un arma para lastimar a alguien, también podemos usarlo para construir una casa. La elección está ahí, en el elemento humano. A lo largo de esa conversación entendí que la IA es solo una herramienta más que cambiará la forma en la que exploramos la creatividad, más allá de desaparecerla. Y para entenderlo mejor, me dio un ejemplo muy claro: “con el surgimiento de la fotografía en el siglo XIX no se acabó la pintura, sino que surgieron las vanguardias del siglo XX: formas de explorar la creatividad visual más allá de la copia de paisajes y retratos. La irrupción de las herramientas no terminó el oficio, lo transformó”. La cámara no terminó con la pintura, sino que cambió las necesidades de la expresión artística de modo que, más allá de pintar paisajes o retratos, los artistas plásticos comenzaron a explorar formas y figuras más abstractas. Claro que en el proceso de transición muchas personas sufrieron las consecuencias económicas del cambio en su cotidianidad. Sin embargo, mientras que las nuevas herramientas tecnológicas pueden afectar a las personas al volver obsoletas ciertas habilidades, también es verdad que democratizan la posibilidad de creación. Hasta hace un par de años, para escribir, componer música o diseñar algo se requerían años de estudios a los que muchas personas no tienen acceso. Con esta herramienta, de pronto hay más personas capaces de explorar la creatividad en varias de sus expresiones artísticas a través de la IA. Por supuesto que esta democratización todavía deja afuera a quienes habitan en contextos donde la infraestructura digital simplemente no existe, pero posibilita que quienes no tuvieron acceso a una educación ‘formal’ puedan conseguir nuevas fuentes de ingreso. ¿Se siente injusto para quienes invirtieron tiempo y dinero en sus estudios? Sí. ¿Se siente justo para aquellos que no tuvieron el privile-

Revistas.PeruRadio.net.pe

gio de hacerlo? También.

En un inicio, el miedo que sentí burbujear en mis huesos fue el de ser reemplazada por una máquina; sin embargo, conforme más me sumergía en el tema, más empezaba a notar un patrón interesante en este discurso. Pensar que la inteligencia artificial va a reemplazarnos es una idea que le conviene predicar a quienes nos la venden: con el miedo bañado en certeza, es más fácil aceptar un destino que parece inminente mientras las empresas reemplazan a los humanos para generar más ganancias. El futuro ya ha sido imaginado para nosotros por estos gigantes de la tecnología, y esa distopía donde todo es creado por la IA le conviene a un sector mínimo de la población: ellos mismos.

Poco a poco mi perspectiva se amplió: si hemos aprendido a tenerle miedo a la herramienta es porque quienes nos la ofrecen así la han vendido. El problema no es la tecnología sino las personas que la promueven, la venden y la regulan. A fin de cuentas, nuestra forma de habitar el mundo siempre ha implicado la creación de nuevos instrumentos que modifican nuestra experiencia, y estos pueden ser peligrosos o productivos según nuestro criterio.

Por ahora, como dice Armando: "La IA es una herramienta de predicción, incapaz de generar sentido. Por eso necesita un humano que le dé contexto y le dé instrucciones". Todavía no piensa por sí misma y su acceso ilimitado a toda la información le impide hacer uso de las facultades creativas por una razón sencilla: la creatividad requiere de la restricción. Sin un límite de acceso a las experiencias no se pueden gestar ideas; es solo en la falta donde podemos crear. Y con esto me refiero a que parte fundamental del proceso creativo es transmitir algo a partir de una vivencia única. ¿Y qué la hace única? Sus límites. Lo que diferencia mi experiencia de la de las demás personas es precisamente que no vivimos ni pensamos lo mismo, y que (al menos por ahora) no sabremos a ciencia cierta qué pasa en esos mundos ajenos. De ahí que la creatividad y el arte cobren sentido. Sí, la inteligencia artificial reemplazará algunas de las habilidades mecánicas que se requieren para concebir ciertas piezas de arte, pero todavía necesita humanos que le den instrucciones para restringir la perspectiva y poder discernir cuáles de los infinitos elementos utilizar para crear algo específico. Y aún más importante: la inteligencia artificial todavía es un reflejo sesgado de la cultura, pues los modelos fueron entrenados mayoritariamente con contenido en inglés y de culturas occidentales. Como humanos, lo que sigue es crear nuevos modelos con acceso a información variada y multicultural que nos ofrezca resultados distintos a los que han imperado hasta ahora. Desde aquí, una revolución cultural se siente cada vez más fácil de imaginar para contrarrestar ese destino fatalista e inminente que nos han vendido.

¿Hacia dónde nos llevará esta nueva era tecnológica? No sabemos. Todas las hipótesis son posibles. Dependemos de un solo componente para definir si la llegada de la IA nos llevará a construir una distopía donde los dueños de esta herramienta se vuelvan más poderosos y la privaticen a costa del resto de la humanidad, o si nos llevará a crear un mundo donde el acceso a ella nos permita formar comunidades autónomas y diversas donde más personas puedan trabajar sin depender de una empresa y podamos imaginar futuros con alternativas sustentables. Y ese componente es el elemento humano.

Si hemos aprendido a tenerle miedo a la herramienta es porque quienes nos la ofrecen así la han vendido. El problema no es la tecnología sino las personas que la promueven, la venden y la regulan. A fin de cuentas, nuestra forma de habitar el mundo siempre ha implicado la creación de nuevos instrumentos que modifican nuestra experiencia…

Revistas.PeruRadio.net.pe

VIAJE AL LAGO

La moda vacacional combina muchas cosas: la alegría de algo especial, el placer del verano, el anhelo de ligereza. Y se disfruta mejor en compañía. Con la fotografía de FELICITY INGRAM y la realización de JEANIE ANNAN-LEWIN.

Revistas.PeruRadio.net.pe

CONTRA EL PAISAJE
Las modelos Devyn Garcia y Yumi Un lucen looks *de* SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DANZANDO ENTRE FLORES
Falda, top, bolero floral y sandalias, todo de SIMONE ROCHA*; collar y brazalete, ambos de* POMELLATO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

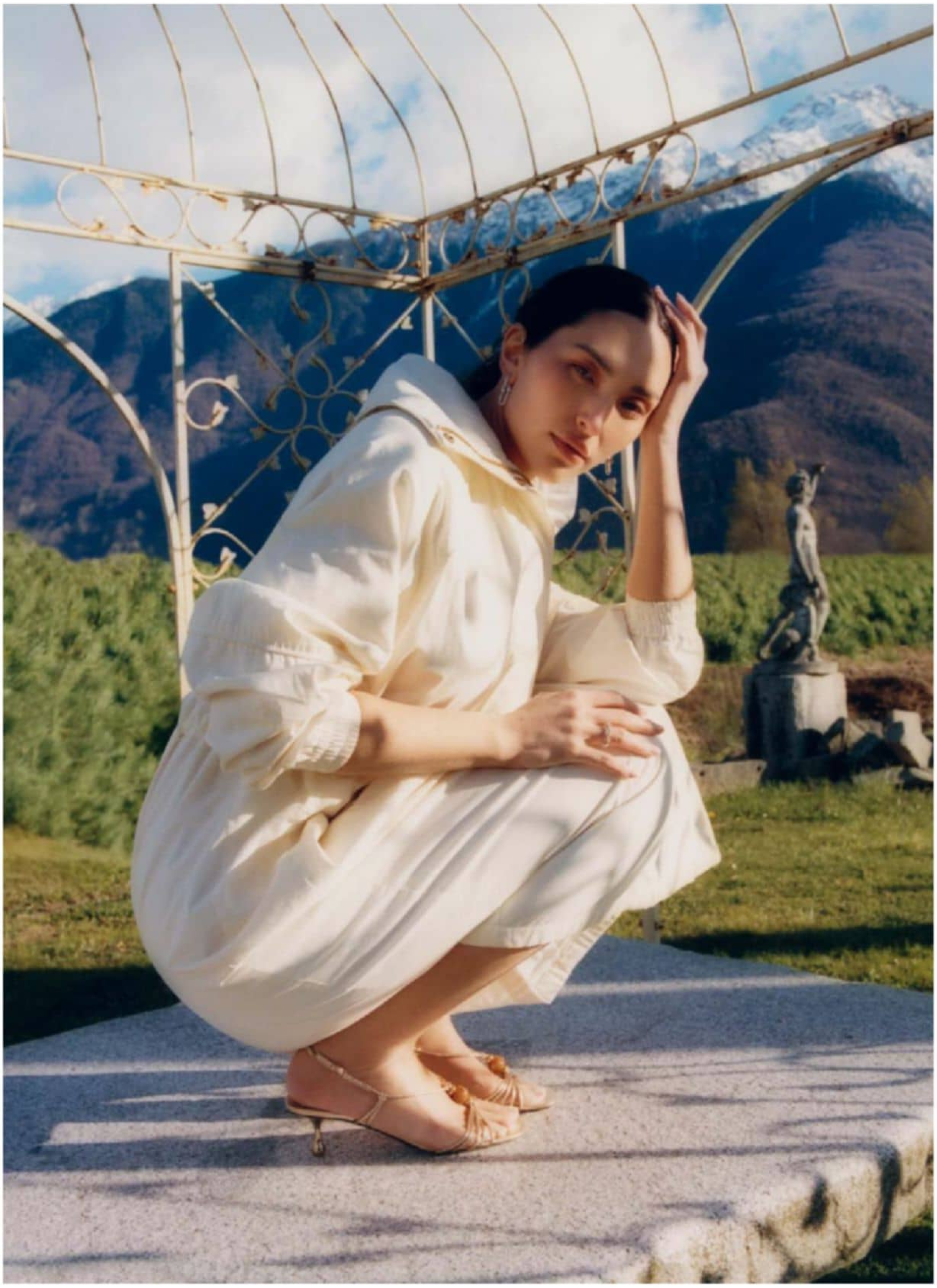
ESQUINA FOTOGÉNICA
Blusa y falda, ambas de GUCCI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

GUSTO CULPOSO Garcia y Un luciendo looks *de* GIORGIO ARMANI*; zapatos de* ROGER VIVIER*; joyería de* TIFFANY & CO..

Revistas.PeruRadio.net.pe



UNA ESCULTURA MÁS
Abrigo de WILLY CHAVARRIA*; sandalias de* JIMMY CHOO*; pendiente y anillo, ambos de* TIFFANY & CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

RECONECTANDO
Total look *de* FENDI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

VISIÓN MULTICOLOR
Minivestido de VALENTINO*; zapato de* VALENTINO GARAVANI*; medias de* SWEDISH STOCKINGS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

TIEMPO DE DESCANSO
Vestido de MATIÈRES FÉCALES*; pendientes y anillos, todo de* MESSIKA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LA FORMA
DEL AGUA
Vestido de
ELLIE MISNER.

Revistas.PeruRadio.net.pe

TOQUES DE ROSA
Vestido de KAROLINE VITTO*; pendientes y collar, todo de* PANDORA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL ATARDECER
Arriba: Garcia en top, falda, cárdigan y bolsa; abajo: Un luciendo gabardina y joyas, todo de CHANEL.

Revistas.PeruRadio.net.pe

PIEDRA CALIZA
Vestido de DIOR.

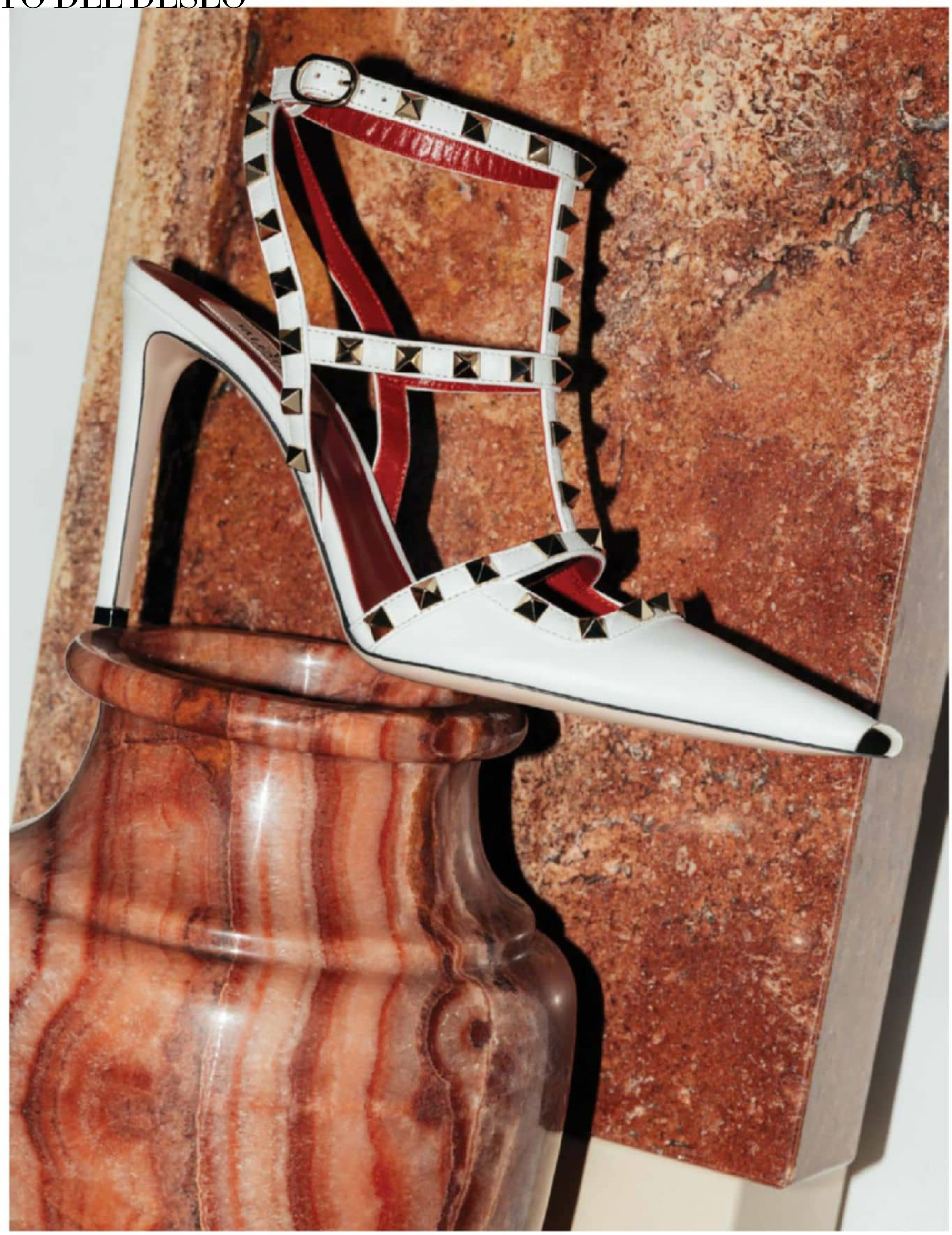
Revistas.PeruRadio.net.pe

CONTRASTANDO VOLÚMENES
Garcia y Un en looks *de* CHLOÉ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

CONTANDO DETALLES
Top de HERMÈS. *En este reportaje: peinado, Edward Lampley; maquillaje, Niamh Quinn; asistente de moda, Anastasie Tshichimbi; sastre, Giorgia Morra; producción, Zac Dinnage/ Apx+Lume; posproducción, Dtouch London.*

Revistas.PeruRadio.net.pe



Los de siempre, pero no

En una evolución sensacional, los característicos *Rockstud* de Valentino Garavani hacen un triunfal regreso; y parece ser que, al igual que sus antecesores, esta nueva variación está aquí para quedarse. Con la fotografía de GUSTAVO GARCÍA-VILLA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Mifel TENNIS OPEN BY telcel oppo 10 Years | ATP 250

Vive el tenis EN LOS CABOS

WE LOVE TO MEXTENIS CELEBRATE

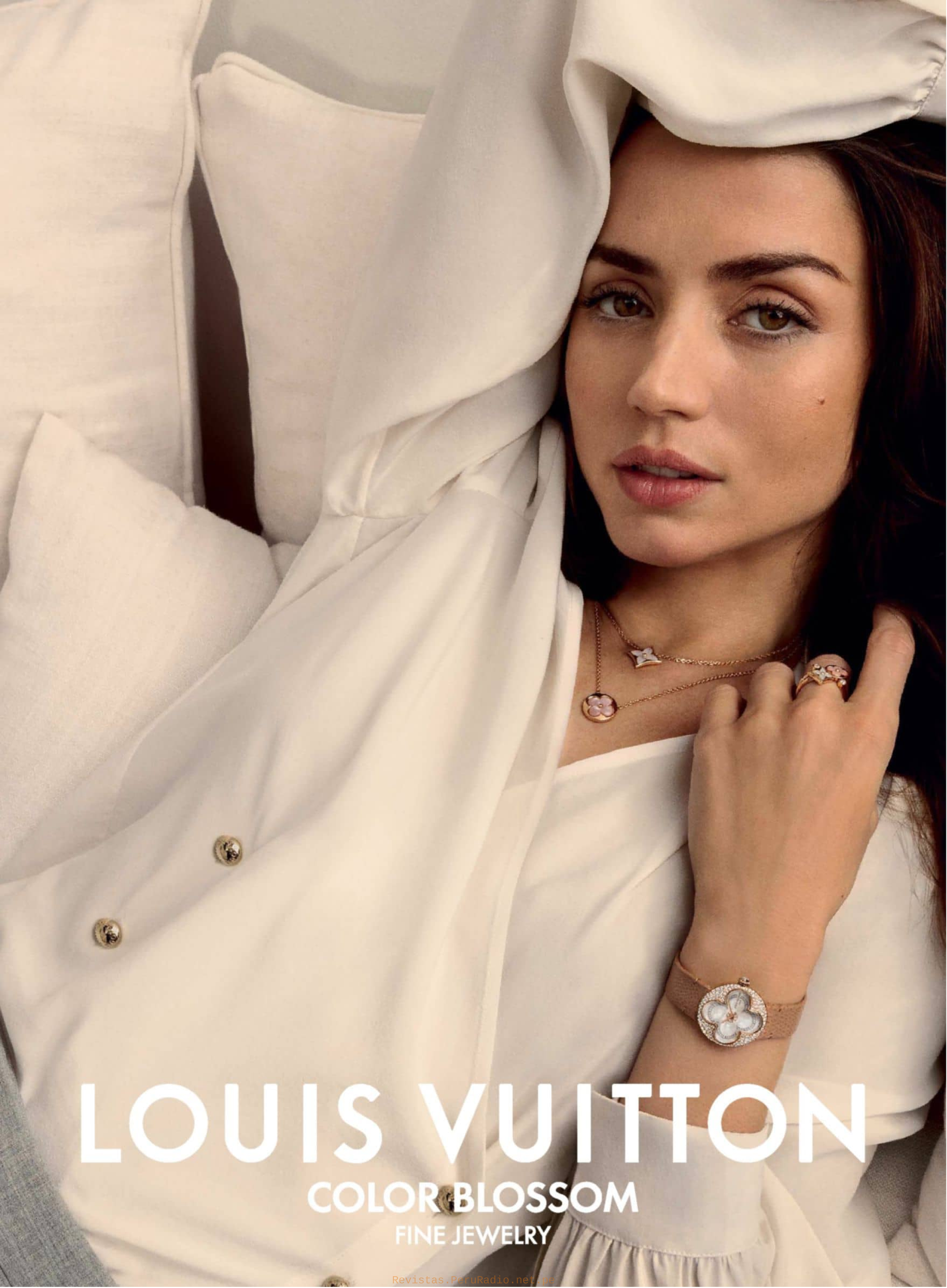
JUL 25 - AGO 1, 2026

¡ASEGURA TU LUGAR!

Mifel telcel oppo LOS CABOS MEXTENIS

HACIENDA DEL MAR · Caliente.mx · MAZDA · inter.mx · Comex · ESPIRITU DEL MAR · Disney CRUISE LINE · Emirates · AMSTEL ULTRA · ISDIN LOVE YOUR SKIN · RADO SWITZERLAND · PEPSI · e·pura · DOBEL. · Disney+ · MICROBIOTFIT. · ticketmaster · National Car Rental · Cinemex Platino. · Tinto · Lonol · Wilson · TECHNOGYM · ESPN · IMAGEN · Quién · GQ · CABO MIL · tv mar | 10.1 · LOS CABOS

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe